

**PENGARUH *RETURN ON EQUITY* DAN *SALES GROWTH* TERHADAP  
*DEBT TO EQUITY RATIO* PADA PERUSAHAAN SEKTOR  
ADVERTISING, PRINTING DAN MEDIA YANG TERDAFTAR DI  
BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2012 – 2016**

**SKRIPSI**

**Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Syarat  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M)  
Program Studi Manajemen**

**Oleh:**

**AHMAD JUWAINI PRASETIA NASUTION**

**NPM: 1305160499**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2017**

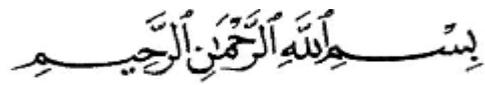
## ABSTRAK

**Ahmad Juwaini Prasetya Nasution NPM 1305160499. Pengaruh *Return On Equity* dan *Sales Growth* Terhadap *Debt to Equity Ratio* Pada Perusahaan Sektor Advertising, Printing dan Media Yang Terdaftar Dibursa Efek Indonesia Pada Tahun 2012 – 2016 (2017)**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Return On Equity* dan *Sales Growth* Terhadap *Debt to Equity Ratio*. baik secara parsial maupun simultan Pada Perusahaan Sektor Advertising, Printing dan Media Yang Terdaftar Dibursa Efek Indonesia Pada Tahun 2012 – 2016. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah 15 perusahaan sektor otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Sedangkan sample yang memenuhi kriteria penarikan sampel adalah 9 perusahaan sektor Advertising, Printing dan Media yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan Uji Asumsi Klasik, Regresi Berganda, Uji Hipotesis (Uji t dan Uji F) dan Koefisiensi Determinasi. Pengelolaan data dalam penelitian ini adalah menggunakan program *Software SPSS (Statistic Package for the Social Sciens)* versi 24.00. Hasil penelitian ini menunjukkan secara parsial *Return On Equity* berpengaruh signifikan terhadap *Debt to Equity Ratio* dan variable *Sales Growth* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Debt to Equity Ratio*. Secara simultan *Return On Equity* dan *Sales Growth* berpengaruh signifikan terhadap *Debt to Equity Ratio* Pada Perusahaan Sektor Advertising, Printing dan Media Yang Terdaftar Dibursa Efek Indonesia Pada Tahun 2012 – 2016.

**Kata Kunci : *Return On Equity, Sales Growth* dan *Debt to Equity Ratio***

## KATA PENGANTAR



*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Syukur alhamdulillah penulis ucapkan kehadiran Allah SWT, yang telah memberi rahmat dan Karunianya, kelancaran dan kemudahan kepada penulis karena dengan kemudahan yang diberikan penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini sangat di butuhkan penulis untuk salah satu kelengkapan memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Adapun judul dalam penulisan Skripsi ini adalah **“Pengaruh *Return On Equity* dan *Sales Growth* Terhadap *Debt to Equity Ratio* Pada Perusahaan Sektor Advertising, Printing dan Media Yang Terdaftar Dibursa Efek Indonesia Pada Tahun 2012 – 2016”**

Penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada semua pihak yang telah banyak membantu penulis baik dalam penulisan, bentuk dan isi yang bertujuan untuk kesempurnaan skripsi ini sedalam – dalamnya kepada :

1. Yang tersayang Ayahanda Ahmadi Nasution dan Ibunda Zaimah Hasibuan yang telah memberikan kasih dan sayangnya berupa perhatian, pengorbanan, nasihat serta doa yang tulus kepada penulis.
2. Bapak Dr. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

3. Bapak H. Januri, S.E, M.M, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Dr. Hasrudy Tanjung, S.E, M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Ibu Linzzy Pratami Putri, S.E, M.M Selaku Pembimbing yang telah rela mengorbankan waktu untuk membimbing, mengarahkan, dan membina sehingga dapat tersusunnya skripsi ini.
6. Ibu Dr. Hj. Siti Mujiatun, S.E, M.M selaku Dosen Pembimbing Akademik.
7. Seluruh Dosen, Staff dan Pegawai Biro Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
8. Sahabat – sahabat tercinta dari penulis, Kurniawan Eko Putro, Anzas Syahputra, S.E, Ilham Muharram Gultom, Mahyudi Akbar, Farouq Aufa S, Tika Purnamasari, S.E, Zakiaputri Utami, S.E, Abdi Hardiansyah, dll serta semua pihak yang senantiasa memberi dukungan dan motivasi kepada penulis.
9. Dan kepada teman – teman seperjuangan kelas I – Manajemen Pagi yang namanya tidak mungkin disebutkan satu persatu terima kasih untuk seluruh dukungannya kepada penulis.
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah ikut membantu menyelesaikan skripsi ini baik langsung maupun tidak langsung.

Semoga Allah SWT membalas budi kalian semua. Akhirul kalam segala kerendahan hati penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan Skripsi ini, semoga amal yang dilakukan mendapatkan balasan dari-Nya amin.

*Wassalammualaikum, Wr. Wb*

Medan, Oktober 2017

Penulis,

**AHMAD JUWAINI PRASETIA NST.**

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah.....	6
C. Batasan Masalah & Rumusan Masalah .....	6
D. Tujuan & Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>9</b>
A. Uraian Teoritis .....	9
1. Struktur Modal.....	9
a. Pengertian Struktur Modal.....	9
b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Struktur Modal.....	11
c. Tujuan dan Manfaat Struktur Modal.....	14
d. Pengukuran Struktur Modal.....	15
2. <i>Return On Equity</i> .....	16
a. Pengertian <i>Return On Equity</i> .....	16
b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi <i>Return On Equity</i> .....	17
c. Tujuan dan Manfaat <i>Return On Equity</i> .....	17
d. Pengukuran <i>Return On Equity</i> .....	18
3. Pertumbuhan Penjualan.....	18
a. Pengertian Pertumbuhan Penjualan .....	18
b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pertumbuhan Penjualan.	20
c. Tujuan dan Manfaat Pertumbuhan Penjualan.....	21
d. Pengukuran Pertumbuhan Penjualan .....	22
B. Kerangka Konseptual.....	23
C. Hipotesis.....	26
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>28</b>
A. Pendekatan Penelitian .....	28
B. Defenisi Operasional Variabel .....	28

C. Tempat dan Waktu Penelitian .....	30
D. Populasi dan Sampel.....	31
E. Sumber dan Jenis Data.....	33
F. Teknik Pengumpulan Data.....	33
G. Teknik Analisis Data .....	34

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA ..... 41**

A. Hasil Penelitian.....	41
1. Deskripsi Data .....	41
B. Analisis Data .....	47
1. Uji Asumsi Klasik.....	47
2. Regresi Linear Berganda.....	52
C. Pengujian Hipotesis .....	54
1. Uji t .....	54
2. Uji F .....	57
D. Koefisien Determinasi (R-Square) .....	59
E. Pembahasan .....	60

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN..... 64**

A. Kesimpulan .....	64
B. Saran .....	64

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel I-1 Data <i>Debt to Equity Ratio</i> .....	3
Tabel I-2 Data <i>Return On Equity</i> .....	4
Tabel I-3 Data <i>Sales Growth</i> .....	5
Tabel III-1 Waktu Penelitian.....	30
Tabel III-2 Populasi Penelitian.....	31
Tabel III-3 Sampel Penelitian .....	33
Tabel IV-1 <i>Debt to Equity Ratio</i> .....	42
Tabel IV-2 <i>Return On Equity</i> .....	44
Tabel IV-3 <i>Sales Growth</i> .....	46
Tabel IV-5 Kolmogorov Smirnov .....	49
Tabel IV-6 Uji Multiklinearitas.....	50
Tabel IV-7 Uji Autokorelasi .....	52
Tabel IV-8 Hasil Uji Linier Berganda .....	53
Tabel IV-9 Hasil Uji t .....	54
Tabel IV-10 Hasil Uji F .....	58
Tabel IV-11 Uji Koefisien Determinasi.....	59

## DAFTAR GAMBAR

Gambar II-1	Kerangka Konseptual.....	26
Gambar III-1	Kriteria Pengujian Hipotesis Uji t.....	38
Gambar III-2	Kriteria Pengujian Hipotesis Uji F.....	40
Gambar IV-1	Grafik Normal P-Plot.....	48
Gambar IV-2	Uji Heteroskedastisitas .....	51
Gambar IV-3	Kriteria Pengujian Hipotesis Uji t ( <i>Return On Equity</i> ).....	55
Gambar IV-4	Kriteria Pengujian Hipotesis Uji t ( <i>Sales Growth</i> ) .....	57
Gambar IV-6	Kriteria Pengujian hipotesis Uji F .....	58

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan era globalisasi mengakibatkan persaingan usaha semakin ketat. Dimana perusahaan dituntut mampu memaksimalkan kinerja keuangannya untuk tetap dapat bersaing dengan perusahaan lain. Perusahaan sebagai suatu entitas yang beroperasi dengan menerapkan prinsip-prinsip ekonomi, umumnya tidak hanya berorientasi pada pencapaian laba maksimal, tetapi juga harus berusaha meningkatkan nilai perusahaan dan kemakmuran pemiliknya, untuk itu perusahaan harus memiliki rencana yang strategis yang disusun dalam rangka pencapaian tujuan yang telah diterapkan. Serta harus mampu mengelola keuangannya dengan baik, artinya kebijakan dalam pengelolaan keuangan harus dapat menjamin keberlangsungan usaha perusahaan. Salah satu masalah dalam kebijakan keuangan dalam perusahaan adalah masalah struktur modal.

Dalam mengelola fungsi keuangan salah satu unsur yang perlu diperhatikan adalah seberapa besar perusahaan mampu memenuhi kebutuhan dana yang akan digunakan untuk kegiatan operasinya dan mengembangkan usahanya. Pendanaan ini bisa bersumber dari dana internal atau dana eksternal. Pendanaan internal dapat berupa laba ditahan serta depresiasi. Joni (2010, Hal. 81) “Sedangkan dana yang diperoleh dari sumber eksternal adalah dana yang berasal dari para kreditur, pemegang surat hutang (*bondholders*) dan pemilik perusahaan”. Dalam persaingan usaha yang ketat, perusahaan harus memiliki keputusan pendanaan yang tepat, dimana perlu adanya peran manajer dalam menentukan

struktur modal yang paling optimal. Margaretha (2010, Hal. 120) “Struktur modal yang optimal dari perusahaan dapat mampu meminimalkan biaya modal yang harus ditanggung perusahaan”.

Penentuan struktur modal merupakan kebijakan yang diambil oleh pihak manajemen dalam rangka memperoleh sumber dana sehingga dapat digunakan untuk aktivitas operasional perusahaan. Struktur modal adalah perimbangan atau perbandingan antara modal asing dan modal sendiri.

Menurut Harmono (2015, Hal. 137)

struktur modal adalah variasi perubahan komposisi struktur modal yang dapat mengubah besarnya rata-rata dibandingkan biaya modal yang berpengaruh terhadap penilaian perusahaan. Dalam mengambil keputusan struktur modal, manajer keuangan harus mempertimbangkan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi struktur modal.

Profitabilitas dan Tingkat pertumbuhan penjualan adalah beberapa faktor yang mempengaruhi struktur modal. Berdasarkan faktor-faktor tersebut, perusahaan mengambil keputusan struktur modal dengan rasio utang yang tinggi atau sebaliknya.

Menurut Putri (2012, Hal. 2) “perusahaan harus memahami komponen-komponen utama struktur modal. Struktur modal yang optimal adalah modal perusahaan yang akan memaksimalkan harga sahamnya”. Terlalu banyak utang akan dapat menghambat perkembangan perusahaan yang juga akan membuat pemegang saham berpikir dua kali untuk tetap menanamkan modalnya.

**Tabel I-1**  
***Debt to Equity Ratio* Sektor Advertising, Printing dan Media yang terdaftar**  
**di BEI**  
**Tahun 2012-2016**

NO	PERUSAHAAN	<i>Debt To Equity Ratio</i>					RATA-RATA
		2012	2013	2014	2015	2016	
1	ABBA	2,25	1,63	1,56	2,04	1,69	1,83
2	EMTK	0,29	0,37	0,22	0,14	0,29	0,26
3	FORU	1,05	0,98	0,98	1,12	1,03	1,03
4	JTPE	1,16	1,38	1,31	1,53	0,90	1,26
5	KLBV	0,78	1,15	0,38	0,62	0,77	0,74
6	MNCN	0,23	0,24	0,45	0,51	0,50	0,39
7	MSKY	1,18	2,40	2,69	3,73	3,21	2,64
8	SCMA	0,32	0,44	0,36	0,34	0,30	0,35
9	VIVA	0,78	1,54	1,31	1,88	1,61	1,42
JUMLAH		8,04	10,13	9,26	11,91	10,30	9,93
RATA-RATA		0,89	1,13	1,03	1,32	1,14	1,10

Sumber: BEI 2017 (diolah kembali)

Berdasarkan data di atas dapat dilihat bahwa rata-rata *Debt to Equity Ratio* pada perusahaan sektor Advertising, Printing dan Media mengalami fluktuasi pada setiap tahunnya. Pada tahun 2012 rata-rata *Debt to Equity Ratio* sebesar 0,89 hal ini terjadi karna Total Modal yang masih tinggi dibandingkan Total Hutang perusahaan, pada tahun 2013 mengalami peningkatan dikarenakan Total Hutang mengalami peningkatan selisih peningkatan dari tahun sebelumnya menjadi 1,13 , pada tahun 2014 mengalami peningkatan kembali menjadi 1,03 yang dikarenakan Total Modal meningkat, pada tahun 2015 mengalami peningkatan menjadi 1,32 yang dikarenakan Total Hutang meningkat dan pada tahun 2016 mengalami penurunan kembali menjadi 1,14 yang dikarenakan kenaikan Total Modal perusahaan. Dengan rata-rata *Debt to Equity Ratio* sebesar 1,10.

**Tabel I-2**  
***Return On Equity* Perusahaan Sektor Advertising, Printing dan Media yang**  
**terdaftar di BEI**  
**Tahun 2012-2016**

NO	PERUSAHAAN	<i>Return On Equity</i>					RATA-RATA
		2012	2013	2014	2015	2016	
1	ABBA	0,03	0,19	0,04	-0,32	-0,17	-0,05
2	EMTK	0,13	0,15	0,09	0,16	0,04	0,11
3	FORU	0,10	0,08	0,03	0,03	-0,05	0,04
4	JTPE	0,21	0,17	0,19	0,19	0,41	0,23
5	KLBV	0,00	0,01	0,85	-0,15	-0,21	0,10
6	MNCN	0,24	0,23	0,20	0,13	0,16	0,19
7	MSKY	0,04	-0,28	-0,10	-0,15	-0,17	-0,13
8	SCMA	0,42	0,46	0,42	0,45	0,41	0,43
9	VIVA	0,04	0,05	0,06	-0,22	0,18	0,02
JUMLAH		1,21	1,06	1,78	0,12	0,60	0,95
RATA-RATA		0,13	0,12	0,20	0,01	0,07	0,11

Sumber: BEI 2017 (diolah kembali)

Berdasarkan data di atas dapat dilihat bahwa rata-rata *Return On Equity* pada perusahaan sektor Advertising, Printing dan Media mengalami fluktuasi pada setiap tahunnya. Pada tahun 2012 rata-rata *Return On Equity* sebesar 0,13 pada tahun 2013 mengalami penurunan 0,13 menjadi 0,12 yang diakibatkan penjualan mengalami penurunan, pada tahun 2014 mengalami peningkatan menjadi 0,20 yang dikarenakan peningkatan laba bersih yang diterima perusahaan sedangkan pada tahun 2015 mengalami penurunan yang sangat signifikan dengan persentase penurunan 0,20 yang menjadi menjadi 0,01 dan pada tahun 2016 mengalami peningkatan yang sedikit yaitu 0,06 menjadi 0,07. Dengan rata-rata *Return On Equity* sebesar 0,11.

**Tabel I-3**  
***Sales Growth* Perusahaan Sektor Advertising, Printing dan Media yang**  
**terdaftar di BEI**  
**Tahun 2012-2016**

NO	PERUSAHAAN	<i>Sales Growth</i>					RATA-RATA
		2012	2013	2014	2015	2016	
1	ABBA	0,07	0,02	0,18	-0,09	0,00	0,04
2	EMTK	0,13	0,24	0,13	-0,01	0,15	0,13
3	FORU	-0,05	-0,15	-0,01	0,07	-0,18	-0,06
4	JTPE	-0,17	0,24	0,40	0,18	0,13	0,16
5	KLBV	0,27	0,33	0,16	-0,48	0,23	0,10
6	MNCN	0,16	0,04	0,02	-0,05	0,05	0,04
7	MSKY	0,38	0,26	0,09	-0,01	-0,07	0,13
8	SCMA	-0,03	0,65	0,10	0,04	0,07	0,17
9	VIVA	0,25	0,35	0,35	-0,06	0,27	0,23
JUMLAH		1,01	1,98	1,42	-0,41	0,65	0,93
RATA-RATA		0,11	0,22	0,16	-0,05	0,07	0,10

Sumber: BEI 2017 (diolah kembali)

Berdasarkan data di atas dapat dilihat bahwa rata-rata *Sales Growth* pada perusahaan sektor Advertising, Printing dan Media mengalami fluktuasi pada setiap tahunnya. Pada tahun 2012 rata-rata *Sales Growth* sebesar 0,11 pada tahun 2013 mengalami peningkatan menjadi 0,22 hal ini dikarenakan Total Penjualan mengalami peningkatan dan pada tahun 2014 mengalami penurunan yang sangat menjadi 0,16 yang di akibatkan Total Penjualan yang mengalami penurunan sedangkan pada tahun 2015 mengalami penurunan yang sangat signifikan yaitu menjadi menjadi -0,05 pada tahun 2016 mengalami peningkatan kembali yang sangat besar dari pada tahun sebelumnya yaitu menjadi menjadi 0,07. Dengan rata-rata *Sales Growth* sebesar 0,10.

Berdasarkan uraian yang ada di atas. Penulis tertarik untuk meneliti mengenai **“Pengaruh *Return On Equity* dan *Sales Growth* Terhadap *Debt to Equity Ratio* Pada Perusahaan Sektor Advertising, Printing dan Media Yang Terdaftar Dibursa Efek Indonesia Pada Tahun 2012 – 2016”**.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka penulis mengidentifikasi masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Terjadinya fluktuasi nilai *Debt to Equity Ratio* setiap tahunnya sehingga tingkat kemampuan perusahaan dalam membayar utang melalui ekuitasnya mengalami peningkatan dan penurunan.
2. Terjadinya fluktuasi *Return On Equity* setiap tahunnya namun perusahaan belum efektif dalam mengelola seluruh struktur aktiva perusahaan sehingga laba yang dihasilkan tidak optimal.
3. Pada tahun 2015 *Sales Growth* mengalami penurunan sehingga menyebabkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba menurun serta tingkat kemampuan dalam membayar hutang juga menurun.

## **C. Batasan Masalah & Rumusan Masalah**

### **1. Batasan Masalah**

Berdasarkan cakupan masalah di atas dan memperjelas arah penelitian, maka peneliti hanya membatasi masalah pada variabel yang dikaji, yaitu Profitabilitas yang diukur dengan *Return On Equity* dan *Sales Growth* yaitu Penjualan Tahun Berjalan dikurang Penjualan Tahun Sebelumnya dibagi

Penjualan Tahun Sebelumnya, dan Struktur Modal perusahaan yang diukur dengan menggunakan *Debt to Equity Ratio*.

## **2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan batasan masalah di atas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah *Return On Equity* berpengaruh terhadap *Debt to Equity Ratio* pada Perusahaan sektor Advertising, Printing dan Media yang tercatat di BEI tahun 2012-2016?
2. Apakah *Sales Growth* berpengaruh terhadap *Debt to Equity Ratio* pada Perusahaan sektor Advertising, Printing dan Media yang tercatat di BEI tahun 2012-2016?
3. Apakah *Return On Equity* , *Sales Growth* dan *Gross Profit Margin* secara bersama-sama berpengaruh terhadap *Debt to Equity Ratio* pada Perusahaan sektor Advertising, Printing dan Media yang tercatat di BEI tahun 2012-2016?

## **D. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

- a. Untuk menganalisis pengaruh *Return On Equity* terhadap *Debt to Equity Ratio* pada Perusahaan sektor Advertising, Printing dan Media yang tercatat di BEI tahun 2012-2016.
- b. Untuk menganalisis pengaruh *Sales Growth* terhadap *Debt to Equity Ratio* pada Perusahaan sektor Advertising, Printing dan Media yang tercatat di BEI tahun 2012-2016.

- c. Untuk menganalisis pengaruh *Return On Equity* dan *Sales Growth* terhadap *Debt to Equity Ratio* pada Perusahaan sektor Advertising, Printing dan Media yang tercatat di BEI tahun 2012-2016.

## **2. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Manfaat teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan memberikan manfaat berupa pengembangan ilmu yang berkaitan dengan ekonomi khususnya tentang pengaruh *Debt to Equity Ratio* pada Perusahaan sektor Advertising, Printing dan Media yang tercatat di BEI tahun 2012-2016.
- b. Manfaat praktis, penelitian ini bermanfaat bagi pembaca dan para investor dapat memberikan gambaran tentang sumber pendanaan perusahaan dari segi *Debt to Equity Ratio* pada Perusahaan sektor Advertising, Printing dan Media yang tercatat di BEI tahun 2012-2016. Selain itu dapat memberikan informasi tentang kinerja keuangan perusahaan yang dapat digunakan pihak-pihak lain yang membutuhkan analisis atas kinerja keuangan perusahaan. Bagi para investor yaitu sebagai pertimbangan para investor maupun calon investor sebelum mengambil keputusan investasi pada Perusahaan sektor Advertising, Printing dan Media yang tercatat di BEI tahun 2012-2016.
- c. Manfaat Bagi Peneliti Selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai referensi untuk peneliti selanjutnya. Dan bagi peneliti lain, dapat dijadikan bahan perbandingan.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Uraian Teori**

##### **1. Struktur Modal (*Debt to Equity Ratio*)**

###### **a. Pengertian Struktur Modal (*Debt to Equity Ratio*)**

Salah satu faktor yang membuat suatu perusahaan memiliki daya saing dalam jangka panjang karena faktor kuatnya struktur modal yang dimiliki perusahaan. Sehingga keputusan sumber-sumber dana yang dipakai untuk memperkuat struktur modal suatu perusahaan tidak dapat dilihat sebagai keputusan yang sederhana namun masalah modal dalam perusahaan merupakan persoalan yang tidak akan berakhir. Setiap kegiatan investasi yang dilakukan perusahaan akan memerlukan pendanaan. Oleh karena itu pendanaan intern (modal sendiri) yang dimiliki tidak cukup maka perusahaan harus mengupayakan dana yang berasal dari sumber di luar perusahaan.

Pengertian *Debt to Equity Ratio* menurut Darsono (2010, Hal. 54) yaitu:

*Debt to Equity Ratio* merupakan salah satu rasio leverage atau solvabilitas. Rasio solvabilitas adalah rasio untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jika perusahaan tersebut dilikuidasi. Rasio ini juga disebut dengan rasio pengungkit (*Leverage*) yaitu menilai batasan perusahaan dalam meminjam uang.

Kebutuhan dana untuk memperkuat struktur modal suatu perusahaan dapat bersumber dari internal dan eksternal, dengan ketentuan sumber dana yang dibutuhkan tersebut bersumber dari tempat-tempat yang dianggap aman dan jika

dipergunakan memiliki nilai dorong dalam memperkuat struktur modal keuangan perusahaan.

Menurut Sartono (2010, hal. 225) menyatakan bahwa :

Struktur modal adalah perimbangan jumlah hutang jangka pendek yang bersifat permanen, hutang jangka panjang, saham preferen dan saham biasa. Sementara itu struktur keuangan adalah perimbangan antara total hutang dengan modal sendiri. Dengan kata lain struktur modal merupakan struktur keuangan.

Struktur modal dapat dilihat sebagai pencarian gabungan dana yang akan menimbulkan biaya modal dan dapat memaksimalkan harga saham.

Sedangkan menurut Riyanto (2013, hal. 282) menyatakan bahwa :

Struktur modal merupakan perimbangan atau perbandingan antara jumlah hutang jangka panjang dengan modal sendiri". Risiko gagal melunasi bunga dan pokok pinjaman dan stabilitas keuangan perusahaan bergantung pada sumber pendanaan serta jenis dan jumlah dari berbagai aset yang dimiliki perusahaan.

Berdasarkan pengertian para ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa Struktur Modal merupakan perimbangan atau perbandingan antara modal pinjaman dengan modal sendiri. Jika dalam pendanaan perusahaan menggunakan modal sendiri masih mengalami kekurangan maka perlu dipertimbangkan pendanaan suatu perusahaan yang dari luar yaitu pinjaman atau hutang.

Bagi perusahaan, semakin besar rasio akan semakin baik. Sebaliknya, dengan rasio yang rendah maka akan semakin tinggi tingkat pendanaan yang disediakan pemilik dan semakin besar batas pengamanan peminjaman jika terjadi kerugian atau penyusutan terhadap nilai aktiva menurut Munawir (2014, Hal. 239) menyatakan bahwa "*Debt to Equity Ratio* adalah rasio antara total hutang dengan

modal sendiri yang dijadikan jaminan hutang”, Semakin tinggi tingkat rasio ini berarti akan semakin baik.

Jika rasio ini semakin besar maka, semakin besar pula jumlah dana yang berasal dari luar perusahaan yang harus dijamin oleh perusahaan melalui jumlah modal yang dimiliki perusahaan sedangkan menurut Syamsuddin (2013, Hal. 55) menyatakan bahwa “*Debt to Equity Ratio* merupakan rasio yang menunjukkan hubungan antara jumlah pinjaman jangka panjang yang diberikan oleh para kreditur dengan jumlah modal sendiri”.

Berdasarkan pengertian para ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa *Debt to Equity Ratio* merupakan perbandingan antara total hutang dengan total ekuitas yang menunjukkan seberapa besar hutang yang digunakan untuk modal perusahaan.

#### **b. Faktor – faktor yang Mempengaruhi Struktur Modal (*Debt to Equity Ratio*)**

Salah satu fungsi manajer keuangan adalah memenuhi kebutuhan dana untuk pembelanjaan perusahaan. Daidalam melakukan tugas tersebut manajer keuangan dihadapkan dengan dua pilihan sumber pembelanjaan, menggunakan dana yang bersumber dari hutang atau menggunakan dana yang berasal dari modal sendiri. Adakalanya penggunaan hutang membuat nilai perusahaan meningkat, tapi pada tingkat hutang tertentu bisa membuat perusahaan dibayang – bayangi kemungkinan kebangkrutan. Dalam menentukan perimbangan antara besarnya hutang dan jumlah modal sendiri yang tercermin pada struktur modal

perusahaan, maka perlu memperhitungkan adanya berbagai faktor yang mempengaruhinya.

Menurut Fahmi (2012, Hal. 186) menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi struktur modal suatu perusahaan, yaitu :

- a) Bentuk atau karakteristik bisnis yang dijalani
- b) Ruang lingkup aktivitas operasi bisnis yang dijalankan
- c) Karakteristik manajemen yang diterapkan di organisasi bisnis tersebut.
- d) Karakteristik, kebijakan dan keinginan pemilik.
- e) Kondisi mikro dan makro ekonomi yang berlaku di dalam negeri dan luar negeri yang turut mempengaruhi pengambilan keputusan perusahaan.

Untuk membentuk struktur modal yang efektif perusahaan harus memperhatikan kondisi internal dan eksternal perusahaan yang mempengaruhi struktur modal. Kondisi internal perusahaan harus memperhatikan perkembangan penjualan, pertumbuhan dan lain sebagainya. Sementara itu perusahaan juga harus memperhatikan kondisi eksternal perusahaan seperti pajak, karena besarnya pajak yang ditentukan negara sangat mempengaruhi laba dan struktur modal perusahaan.

Sedangkan menurut Sartono (2010, Hal.248) menyatakan bahwa faktor – faktor yang mempengaruhi struktur modal, yaitu:

- a) Pertumbuhan Penjualan
- b) Struktur Aset
- c) Profitabilitas
- d) Skala Perusahaan dan Ekonomi Mikro
- e) Kondisi Intern

Berikut penjelasan mengenai faktor yang mempengaruhi struktur modal:

- a) Pertumbuhan Penjualan

Perusahaan dengan penjualan yang relatif stabil berarti memiliki aliran kas yang relatif stabil pula, maka dapat menggunakan hutang lebih besar dari pada perusahaan dengan penjualan yang tidak stabil.

b) Struktur Aset

Perusahaan yang memiliki aset tetap dalam jumlah besar dapat menggunakan hutang dalam jumlah besar ini disebabkan karena dari skalanya perusahaan besar akan lebih mudah mendapatkan akses ke sumber dana dibandingkan dengan perusahaan kecil.

c) Profitabilitas

Profitabilitas periode sebelumnya merupakan faktor penting dalam menentukan struktur modal. Dengan laba ditahan yang besar, perusahaan akan lebih senang menggunakan laba ditahan sebelum menggunakan hutang.

d) Variabel laba dan perlindungan pajak

Variabel ini sangat erat kaitannya dengan stabilitas penjualan. Jika variabilitas laba perusahaan kecil maka perusahaan mempunyai kemampuan yang lebih besar untuk menanggung beban tetap dari hutang.

e) Skala Perusahaan

Perusahaan besar yang sudah *well – established* akan lebih mudah memperoleh modal di pasar modal dibanding dengan perusahaan kecil.

f) Kondisi Intern Perusahaan dan Ekonomi Makro

Perusahaan perlu menaati saat yang tepat untuk menjual saham dan obligasi.

Jadi dapat disimpulkan bahwa manajer suatu perusahaan harus memperlihatkan faktor – faktor yang mempengaruhi struktur modal tersebut guna untuk mendapatkan struktur modal yang optimal. Serta dapat membantu manajemen perusahaan dalam mengelola dan pengambilan keputusan yang bijaksana dalam menentukan sumber struktur modal perusahaan. Dengan struktur modal yang optimal, perusahaan dapat menarik investor untuk menginvestasikan modalnya kepada perusahaan yang bersangkutan.

### **c. Tujuan dan Manfaat Struktur Modal (*Debt to Equity Ratio*)**

Struktur modal yang baik akan mengakibatkan sumber dana perusahaan untuk meningkatkan keuntungan yang akan diperoleh, dengan melalui hutang yang diberikan oleh pihak eksternal, makin besar hutang yang dipakai maka biaya bunga juga makin besar, sehingga laba makin kecil, namun demikian makin besar hutang yang dipakai, maka modal sendiri yang diperlukan makin kecil, karenanya walaupun laba yang diperoleh makin kecil, namun modal sendiri pun yang dipakai makin kecil menurut Fahmi (2013, Hal.190) menyatakan bahwa “Struktur Modal adalah bertujuan memadukan sumber dana permanen yang selanjutnya digunakan perusahaan dengan cara yang diharapkan akan mampu memaksimalkan nilai perusahaan”. Keadaan Struktur Modal akan berakibat langsung pada posisi keuangan perusahaan sehingga mempengaruhi kinerja perusahaan.

*Debt to Equity Ratio* sangat penting bagi perusahaan untuk melihat kemampuan perusahaan dari setiap hutang yang dimiliki perusahaan. Pengertian

*Debt to Equity Ratio* menurut Darsono (2010, Hal. 54) yaitu “*Debt to Equity Ratio* merupakan salah satu rasio leverage atau solvabilitas”. Rasio solvabilitas adalah rasio untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jika perusahaan tersebut dilikuidasi. Rasio ini juga disebut dengan rasio pengungkit (Leverage) yaitu menilai batasan perusahaan dalam meminjam uang.

Menurut Kasmir (2012, Hal. 153) tujuan *Debt to Equity Ratio* adalah sebagai berikut :

- a) Untuk mengetahui posisi perusahaan terhadap kewajiban kepada pihak lainnya (kreditor).
- b) Untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban yang bersifat tetap (seperti angsuran pinjaman termasuk bunga).
- c) Untuk menilai keseimbangan antara nilai aktiva khususnya aktiva tetap dengan modal.
- d) Untuk menilai seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh hutang.
- e) Untuk menilai atau mengukur seberapa besar pengaruh hutang perusahaan terhadap pengelolaan aktiva.

Berdasarkan tujuan dan manfaat di atas dapat disimpulkan bahwa tujuan dari rasio *Debt to Equity Ratio* yaitu untuk memperlihatkan seberapa bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan hutang.

#### **d. Pengukuran struktur modal (*Debt to Equity Ratio*)**

Struktur modal adalah perimbangan atau perbandingan antara jumlah hutang jangka panjang dengan modal sendiri. Rasio ini menggambarkan beberapa bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan hutang.

Adapun ukuran variabel *Debt to Equity Ratio* yaitu Dimana *Debt to Equity Ratio* (*DER*) adalah perimbangan antara total hutang dengan total equity, yaitu :

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Equity}}$$

Sumber Jumingan (2013, Hal. 229)

Semakin tinggi rasio ini berarti semakin tinggi jumlah dana dari luar yang harus dijamin dengan jumlah modal sendiri.

Sedangkan menurut Fahmi (2013, Hal. 187) adapun pengukuran variabel struktur modal yaitu dimana *Debt to Equity Ratio* adalah ukuran yang dipakai dalam menganalisis laoran keuangan untuk memperlihatkan besarnya jaminan yang tersedia untuk kreditor.

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Equity}}$$

Jadi dapat disimpulkan bahwa perhitungan *Debt to Equity Ratio* ini akan mengetahui beberapa hal yang berkaitan dengan penggunaan modal sendiri dan modal pinjaman serta mengetahui rasio kemampuan perusahaan untuk mengetahui kewajibannya. Setelah diketahui, manajer keuangan dapat mengambil kebijakan yang dianggap perlu guna menyeimbangkan penggunaan modal.

## **2. Return On Equity**

### **a. Pengertian Return On Equity**

Profitabilitas merupakan salah satu pengukuran bagi kinerja suatu perusahaan, profitabilitas suatu perusahaan menunjukkan kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu pada tingkat penjualan, asset dan modal saham tertentu. Profitabilitas suatu perusahaan dapat dinilai melalui berbagai cara tergantung pada laba dan aktiva tau odal yang akan diperbandingkan suatudengan lainnya.

Menurut Kasmir (2012, Hal. 204) menyatakan bahwa :

Hasil pengembalian ekuitas atau *Return On Equity* atau rentabilitas modal sendiri merupakan rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. Semakin tinggi rasio ini, semakin baik.

Artinya posisi pemilik perusahaan semakin kuat, demikian pula sebaliknya.

Selanjutnya menurut Hani (2014, Hal. 75) “*Return On Equity* menunjukkan kemampuan dari ekuitas (umumnya saham biasa) yang dimiliki perusahaan untuk menghasilkan laba”.

Berdasarkan teoritis di atas dapat diambil kesimpulan bahwa *Return On Equity* merupakan kemampuan bagi perusahaan untuk menghasilkan laba.

#### **b. Faktor – faktor yang Mempengaruhi *Return On Equity***

*Return On Equity* menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba berdasarkan modal yang dimiliki perusahaan untuk meningkatkan *Return On Equity* terdapat factor – factor yang mempengaruhinya.

Menurut Riyanto (2013, Hal. 44) “*Return On Equity* dipengaruhi oleh penambahan modal asing memberikan efek yang menguntungkan terhadap modal sendiri apabila *rate of return* dari pada tambahan modal tersebut lebih besar daripada biaya modalnya atau bunganya”.

Sedangkan menurut Syamsuddin (2011, Hal. 65) factor – factor yang mempengaruhi *Return On Equity*, yaitu keuntungan atas komponen – komponen *sales*, efisiensi penggunaan aktiva serta penggunaan *leverage*.

#### **c. Tujuan dan Manfaat *Return On Equity***

*Return On Equity* memiliki tujuan dan manfaat tidak hanya bagi pihak pemilik usaha atau manajemen saja tetapi juga bagi pihak diluar perusahaan terutama pihak yang memiliki hubungan atau kepentingan dengan perusahaan.

Menurut Kamir (2012, Hal. 197) “*Return On Equity* merupakan salah satu jenis rasi profitabilitas”.

Bahwa *Return On Equity* adalah untuk mengetahui keefektifitas perusahaan dalam menggunakan ekuitas dalam kegiatan operasional menjadi laba bagi perusahaan

#### **d. Pengukuran *Return On Equity***

*Return On Equity* dipengaruhi oleh besar kecilnya hutang perusahaan, apabila proporsi hutang semakin besar maka rasio ini juga akan semakin besar pula.

*Return On Equity* perusahaan dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Return On Equity} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100\%$$

Sumber Hery (2015, Hal. 195)

Semakin tinggi hasil pengembalian atas ekuitas berarti semakin tinggi pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap dana yang tertanam dalam ekuitas. Sebaliknya semakin rendah hasil pengembalian atas ekuitas berarti semakin rendah pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap dana yang tertanam dala ekuitas.

### **3. *Sales Growth***

#### **a. Pengertian *Sales Growth***

Pertumbuhan penjualan menggambarkan perubahan peningkatan ataupun penurunan penjualan dari tahun ke tahun yang dapat dilihat dari masing-masing laporan laba rugi perusahaan. Perusahaan yang baik dapat jug aditinjau dari aspek

penjualan dari tahun ke tahun yang terus mengalami peningkatan. Hal ini akan berimbas pada meningkatnya keuntungan perusahaan sehingga pendanaan internal perusahaan juga meningkat.

Menurut Rudianto (2009, Hal. 56) menyatakan bahwa :

Pertumbuhan penjualan merupakan volume penjualan pada tahun-tahun mendatang, berdasarkan data pertumbuhan volume penjualan historis. Semakin tinggi pertumbuhan penjualan akan lebih aman dalam menggunakan hutang sehingga semakin tinggi struktur modalnya.

Pertumbuhan penjualan yang tinggi akan mencerminkan pendapatan meningkat sehingga akan meningkatkan keuntungan perusahaan. Namun dalam pertumbuhan penjualan yang dialami perusahaan, juga terdapat ketidakpastian yang lebih besar, sehingga ia menghindari resiko yang ditimbulkan hutang.

Pertumbuhan penjualan harus selalu dipertahankan dan pertumbuhan penjualan yang tinggi memberikan indikator badan usaha yang bersangkutan dapat meningkatkan pertumbuhannya dan diharapkan dapat meningkatkan laba yang dihasilkan.

Menurut Sartono (2010, Hal. 248) menyatakan bahwa :

Tingkat pertumbuhan penjualan merupakan penjualan yang relatif stabil berarti memiliki aliran kas yang relatif stabil pula, maka dapat menggunakan hutang lebih besar dari pada perusahaan dengan penjualan yang tidak stabil.

Pihak manajemen perlu mempertimbangkan sumber pendaan yang tepat bagi pembelanjaan aset tersebut. Perusahaan yang memiliki pertumbuhan penjualan yang tinggi akan mampu memnuhi kewajiban finansialnya seandainya perusahaan tersebut membelanjai asetnya dengan hutang, begitu pula sebaliknya.

Sedangkan menurut Kesuma (2009, Hal. 41) menyatakan bahwa :

Pertumbuhan penjualan merupakan perusahaan dengan penjualan yang relatif stabil dapat lebih aman memperoleh lebih banyak pinjaman dan menggunakan beban tetap yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang pertumbuhan penjualannya tidak stabil.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa tingkat pertumbuhan penjualan merupakan tingkat perubahan penjualan dari tahun ke tahun yang dapat dilihat dari laporan laba rugi masing-masing perusahaan sebagai prediksi perusahaan dimasa yang akan datang sebagai dampak dari permintaan dan daya saing perusahaan serta kemampuan perusahaan dalam mempertahankan omset barang dan jasa yang dijual dan mempertahankan prestasinya ditengah posisi perekonomian.

**b. Faktor – faktor yang Mempengaruhi Pertumbuhan Penjualan (*Sales Growth*)**

Penjualan dalam lingkup ini lebih berarti tindakan menjual barang atau jasa. Kegiatan pemasaran adalah penjualan lingkup hasil atau pendapatan berarti penilaian atas penjualan nyata perusahaan dalam suatu periode. Jika pertumbuhan penjualan pertahun meningkat investor akan percaya terhadap perusahaan, bahwa perusahaan akan memberikan keuntungan dimasa depan.

Menurut Sjahrial (2013, Hal. 78) faktor yang mempengaruhi pertumbuhan penjualan :

- a) Harga jual Persatuan
- b) Volume Penjualan

Berikut penjelasan dari faktor-faktor yang mempengaruhi pertumbuhan penjualan.

- a) Harga jual persatuan

Apabila harga jual persatuan mengalami perubahan, sedangkan volume penjualan dan biaya tetap tidak berubah maka perolehan laba juga akan mengalami perubahan.

b) Volume penjualan

Apabila volume penjualan berubah sedangkan faktor lain seperti harga jual dan biaya tetap tidak berubah maka perolehan laba juga akan berubah.

Perusahaan dapat dikatakan mengalami pertumbuhan ke arah yang lebih baik jika terdapat peningkatan yang konsisten dalam aktivitas utama operasinya. Tingkat pertumbuhan penjualan suatu perusahaan dapat dilihat dari pertumbuhan volume penjualan dan peningkatan harga khususnya dalam hal penjualan, karena penjualan merupakan aktivitas yang umumnya dilakukan oleh perusahaan untuk mendapatkan tujuan yang ingin dicapai yaitu tingkat laba yang diharapkan.

**c. Tujuan dan Manfaat Pertumbuhan Penjualan (*Sales Growth*)**

Penjualan merupakan salah satu faktor penting yang menentukan kelangsungan hidup perusahaan. Perusahaan mendapatkan dana untuk kelangsungan hidup dan berkembang selain dari hutang dan modal sendiri, juga dari penjualan produk perusahaan baik berupa barang atau jasa. Manajemen perusahaan berusaha untuk dapat meningkatkan penjualan produknya karena pertumbuhan penjualan yang tinggi atau stabil saling berkaitan dengan keuntungan perusahaan.

Tujuan dari pertumbuhan penjualan untuk sebuah perusahaan, pada umumnya mempunyai tiga tujuan umum penjualan, yaitu :

- a) Mencapai volume penjualan
- b) Mendapatkan laba tertentu
- c) Menunjang pertumbuhan penjualan perusahaan

Pertumbuhan penjualan yang tinggi atau stabil dapat berdampak positif terhadap keuntungan perusahaan sehingga menjadi pertimbangan manajemen perusahaan dalam menentukan struktur modal.

Adapun manfaat dari pertumbuhan penjualan yaitu besarnya pertumbuhan penjualan sebuah perusahaan akan menolong manajemen untuk meningkatkan operasionalnya. Kekurangan dana menyebabkan beberapa keputusan manajemen untuk mendapatkan pendanaan dari pihak ekstern. Untuk itu pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap aliran dana yang dibutuhkan oleh perusahaan untuk mencapai target tersebut karena dalam besaran pertumbuhan penjualan dipengaruhi oleh besarnya aliran dana perusahaan.

#### **d. Pengukuran Pertumbuhan Penjualan (*Sales Growth*)**

Pertumbuhan penjualan menggambarkan besar atau kecilnya perubahan peningkatan ataupun penurunan penjualan dari tahun ke tahun pada setiap perusahaannya.

Pengukuran pertumbuhan penjualan dapat diukur dengan membandingkan antara penjualan tahun sekarang berbanding dengan penjualan tahun sebelumnya.

$$\text{Pertumbuhan Penjualan} = \frac{\text{penjualan tahun sekarang} - \text{penjualan tahun lalu}}{\text{penjualan tahun lalu}}$$

Sumber Kesuma (2010, Hal 41)

Semakin tinggi pertumbuhan penjualan maka semakin baik bagi perusahaan melalui pengukuran penjualan ini menggambarkan perubahan peningkatan ataupun penurunan pertumbuhan penjualan dari tahun ke tahun.

## **B. Kerangka Konseptual**

Struktur modal merupakan perimbangan atau perbandingan antara modal pinjaman dengan modal sendiri. Struktur modal yang baik akan menghasilkan sumber dana perusahaan untuk meningkatkan keuntungan yang akan diperoleh, dengan melalui yang diberikan oleh pihak eksternal.

### **1. Pengaruh antara *Return On Equity* dengan *Debt to Equity Ratio***

Keputusan struktur modal yang diambil tidak saja berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan, tetapi juga berpengaruh terhadap resiko keuangan yang dihadapi perusahaan. Menurut Agus Sartono (2010, hal 248) mengatakan: “Profitabilitas periode sebelumnya merupakan faktor yang penting dalam menentukan struktur modal. Dengan laba ditahan yang besar, perusahaan akan lebih senang menggunakan laba ditahan sebelum menggunakan hutang”.

Menurut penelitian yang dilakukan Seftianne (2011) menyimpulkan bahwa profitabilitas dan struktur modal berpengaruh secara positif dan signifikan.

Bahwa apabila pengembalian ekuitas meningkat, maka struktur modalnya juga meningkat yang mempengaruhi kinerja perusahaannya.

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat diduga bahwa *Return On Equity* berpengaruh signifikan terhadap struktur modal.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu di atas dapat disimpulkan bahwa struktur aktiva berpengaruh terhadap struktur modal (*Debt to equity Ratio*). Hal ini berarti, hubungan antara struktur aktiva terhadap struktur modal adalah positif atau berbanding lurus. Dimana ketika struktur aktiva mengalami kenaikan maka struktur modal akan mengalami kenaikan juga.

## **2. Pengaruh antara *Sales Growth* dengan Struktur Modal (*Debt to Equity Ratio*)**

Perusahaan dengan pertumbuhan penjualan yang stabil dapat lebih aman, lebih banyak pinjaman dan lebih mampu menggunakan beban yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang pertumbuhan penjualan tidak stabil. Rasio pertumbuhan pada dasarnya adalah untuk mengetahui seberapa besar pertumbuhan prestasi yang dicapai pada tahun ke tahun.

Semakin tinggi pertumbuhan penjualan perusahaan akan lebih aman dalam menggunakan hutang sehingga semakin tinggi struktur modalnya. Saat pertumbuhan penjualan positif, perusahaan akan cenderung mengambil hutang agar dapat meningkatkan kapasitas produk dan penjualannya. Meningkatkan kapasitas produk dan penjualan dengan pengadaan mesin produksi baru dan memperluas jaringan pemasaran membutuhkan biaya yang cukup besar. Meningkatnya pertumbuhan penjualan akan meningkatkan hutang dan melalui hutang tersebut meningkatkan struktur modal.

Menurut Sartono (2010, Hal. 248)

Perusahaan dengan pertumbuhan penjualan yang relatif stabil berarti memiliki aliran kas yang relatif stabil pula, maka dapat menggunakan hutang lebih besar dari pada perusahaan dengan pertumbuhan penjualan yang tidak stabil dan melalui hutang tersebut perusahaan dapat meningkatkan struktur modal.

Pengaruh tentang pengaruh Tingkat Pertumbuhan Penjualan terhadap Struktur Modal telah banyak dilakukan. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Ni Made Novione (2014) menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap struktur modal serta penelitian.

Besarnya pertumbuhan penjualan sebuah perusahaan akan menolong manajemen untuk meningkatkan operasinya. Kekurangan dana menyebabkan beberapa keputusan manajemen untuk mendapatkan pendanaan dari pihak ekstern. Untuk itu pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap aliran dana yang dibutuhkan oleh perusahaan untuk mencapai target tersebut karena dalam besaran pertumbuhan penjualan dipengaruhi oleh besarnya aliran dana perusahaan.

### **3. Pengaruh antara *Return On Equity Asset* dan *Sales Growth* secara bersama-sama terhadap *Debt to Equity Ratio***

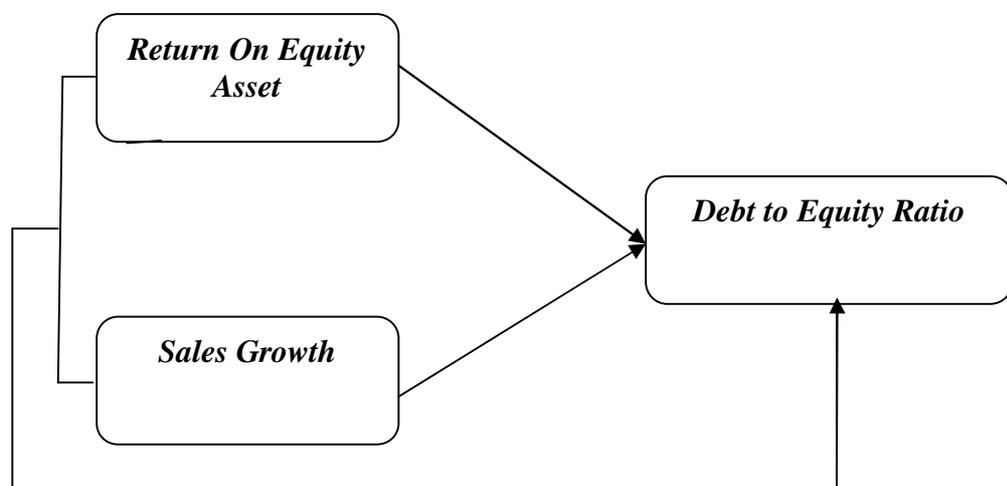
Semakin besar dana yang dikeluarkan maka semakin besar dana yang dibutuhkan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan operasional perusahaan dapat menggunakan dana yang berasal dari dalam (modal sendiri) perusahaan dan luar perusahaan (hutang).

Profitabilitas memiliki hubungan terhadap struktur modal perusahaan. Besaran Profitabilitas akan mempengaruhi keputusan manajemen untuk melakukan pendanaan dari luar atau tidak, juga akan mempengaruhi keputusan manajemen menggunakan dana dalam operasionalnya. Besarnya pertumbuhan

penjualan sebuah perusahaan akan mendorong manajemen untuk meningkatkan operasionalnya. Kekurangan dana menyebabkan beberapa keputusan manajemen untuk mendapatkan pendanaan dari pihak ekstern. Untuk itu pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap aliran dana yang dibutuhkan oleh perusahaan untuk mencapai target tersebut karena dalam besaran pertumbuhan penjualan dipengaruhi oleh besarnya aliran dana perusahaan. Jadi, *Return On Equity Asset* dan *Sales Growth* perlu dianalisis untuk mengetahui sebab-sebab perubahan, baik perubahan yang menguntungkan maupun perubahan yang tidak menguntungkan sehingga dapat diambil kesimpulan dan tindakan. Menurut Sartono (2012, Hal. 248) “faktor-faktor yang mempengaruhi struktur modal suatu perusahaan adalah tingkat profitabilitas dan pertumbuhan penjualan”.

Penelitian tentang pengaruh profitabilitas dan pertumbuhan penjualan terhadap struktur modal belum banyak dilakukan.

Berdasarkan teori di atas, maka penulis menyimpulkan bahwa “*Return On Equity Asset dan Sales Growth* berpengaruh terhadap *Debt to Equity Ratio*”.



---

## Gambar II-1 Kerangka Konseptual

### C. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah.

Hipotesis juga menyatakan hubungan yang diduga secara logis antara dua variabel atau lebih.

Berdasarkan rumusan masalah serta tujuan dari penelitian ini, maka dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut :

1. *Return On Equity Asset* berpengaruh terhadap Struktur Modal (*Debt to Equity Ratio*) pada Perusahaan sektor Advertising, Printing dan Media yang terdaftar di BEI.
2. *Sales Growth* terhadap Struktur Modal (*Debt to Equity Ratio*) pada Perusahaan sektor Advertising, Printing dan Media yang terdaftar di BEI.
3. *Return On Equity Asset* dan *Sales Growth* berpengaruh terhadap Struktur Modal (*Debt to Equity Ratio*) pada Perusahaan sektor Advertising, Printing dan Media yang terdaftar di BEI.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan asosiatif. Pendekatan asosiatif adalah pendekatan yang menggunakan dua variabel atau lebih guna mengetahui hubungan atau pengaruh antar variabel yang satu dengan variabel lainnya. Penelitian ini juga bersifat empiris, yaitu tanpa harus melakukan riset secara langsung kepada perusahaan yang bersangkutan.

Pendekatan kuantitatif adalah jenis yang dipilih dalam penelitian ini, yaitu pendekatan yang didasari pada pengujian teori yang disusun berbagai variabel, pengukuran yang melibatkan angka-angka, dan dianalisa menggunakan prosedur statistik.

#### **B. Definisi Operasional Variabel**

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Struktur Modal (DER) sebagai variabel dependen dan Struktur Aktiva, Pertumbuhan Penjualan (*Sales Growth*) dan Profitabilitas (GPM) sebagai variabel independen.

Adapun variabel dalam penelitian ini adalah:

## **1. Variabel Dependen (Y)**

### **a. Struktur Modal (*Debt to Equity Ratio*) (Y)**

Adapun variabel dependen adalah variabel yang nilainya dipengaruhi oleh variabel independen (X). Variabel dependen dari penelitian ini adalah struktur modal pada Perusahaan sektor Advertising, Printing dan Media yang tercatat di BEI yang diukur dengan menggunakan *Debt to Equity Ratio (DER)* yaitu perbandingan antara total hutang dengan total ekuitas yang menunjukkan seberapa banyak hutang yang digunakan untuk modal perusahaan. Untuk mencari struktur modal dapat diukur dengan rumus sebagai berikut :

$$Debt\ to\ Equity\ Ratio = \frac{Total\ Hutang}{Total\ Ekuitas} \times 100\%$$

## **2. Variabel Independen**

### **a. Return On Equity (X1)**

Peningkatan *Return On Equity* tetap perusahaan akan berpengaruh terhadap jumlah hutang perusahaan, jika profit perusahaan meningkat maka perusahaan dapat dengan mudah melakukan pinjaman kepada pihak eksternal, namun sebaliknya jika profit perusahaan menurun maka pihak eksternal tidak dengan mudah memberi pinjaman kepada perusahaan yang bersangkutan, karena semakin besar jaminan perusahaan untuk mendapatkan hutang dalam jumlah besar semakin mudah. Ukuran dalam menghitung struktur aset dapat dirumuskan sebagai berikut

$$Return\ On\ Equity = \frac{Laba\ Bersih}{Total\ Ekuitas} \times 100\%$$

### **b. Pertumbuhan Penjualan (*Sales Growth*) (X2)**

Pertumbuhan penjualan menggambarkan perubahan peningkatan ataupun penurunan penjualan dari tahun ke tahun yang dapat dilihat dari masing-masing laporan laba-rugi perusahaan. Perusahaan yang baik dapat juga ditinjau dari aspek penjualan dari tahun ke tahun yang terus mengalami peningkatan. Hal ini akan berimbas pada meningkatnya keuntungan perusahaan sehingga pendanaan internal perusahaan juga meningkat. Ukuran dalam menghitung pertumbuhan penjualan adalah sebagai berikut :

$$\text{Pertumbuhan Penjualan} = \frac{\text{penjualan tahun sekarang} - \text{penjualan tahun lalu}}{\text{penjualan tahun lalu}}$$

### C. Tempat dan Waktu Penelitian

#### 1. Tempat Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada perusahaan sektor Advertising, Printing dan Media yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan mengakses situs [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id).

#### 2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian proposal ini direncanakan mulai bulan Juli 2017 sampai dengan Oktober 2017. Secara lebih terperinci untuk jadwal dan waktu penelitian dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel III-1**  
**Waktu Penelitian**

No	Keterangan	Bulan															
		Juli				Agustus				September				Oktober			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengumpulan Data Awal																
2	Pengajuan Judul																

3	Pengumpulan Teori																		
4	Bimbingan Proposal																		
5	Seminar Proposal																		
6	Pengelolaan Data																		
7	Bimbingan Skripsi																		
8	Sidang Meja Hijau																		

#### D. Populasi dan Sampel

##### 1. Populasi

Adapun pengertian populasi menurut Sugiyono (2012, hal 6) menyatakan bahwa, “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor Advertising, Printing dan Media yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2012-2016.

Berikut adalah perusahaan sektor Advertising, Printing dan Media yang termasuk untuk populasi:

**Tabel III-2**  
**Populasi Perusahaan sektor Advertising, Printing dan Media yang terdaftar di BEI**

NO	Kode Emiten	Nama Perusahaan
1	ABBA	Mahaka Media Tbk
2	BLTZ	Graha Layar Prima Tbk
3	EMTK	Elang Mahkota Teknologi Tbk
4	FORU	Fortune Indonesia Tbk
5	JTPE	Jasuindo Tiga Perkasa Tbk

6	KBLV	First Media Tbk
7	LINK	Link Net Tbk
8	LPLI	Star Pasific Tbk
9	MARI	Mahaka Radio Integra Tbk
10	MDIA	Intermedia Capital Tbk
11	MNCN	Media Nusantara Citra Tbk
12	MSKY	MNC Sky Vision Tbk
13	SCMA	Surya Citra Media Tbk
14	TMPO	Tempo Inti Media Tbk
15	VIVA	Visi Media Asia Tbk

Sumber : Bursa Efek Indonesia (BEI)

## 2. Sampel

Sedangkan pengertian sampel penelitian menurut Sugiyono (2012, hal.22) menyatakan bahwa, “Sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti”.

Jumlah sampel yang akan diteliti adalah perusahaan sektor Advertising, Printing dan Media yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

*Non probability sampling*, yaitu digunakan untuk menetapkan sampel dalam penulisan ini dan juga menggunakan metode *purposive sampling* yaitu memilih sampel populasi berdasarkan pada informasi yang tersedia.

Penulis memilih sampel ini dengan berdasarkan penelitian terhadap karakteristik sampel yang telah disesuaikan dengan maksud penelitian dengan kriteria:

- a. Perusahaan sektor Advertising, Printing dan Media yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2012-2016

- b. Perusahaan yang dijadikan sampel memiliki kelengkapan data laporan keuangan yang berkaitan dengan data sesuai topik yang dibahas dalam penelitian ini.
- c. Perusahaan yang listing (menerbitkan laporan keuangan) yang dilakukan selama kurang waktu penelitian (2012-2016).

Dengan demikian jumlah sampel dalam penelitian sebanyak 9 perusahaan. Berikut nama-nama perusahaan sektor Advertising, Printing dan Media dari tahun 2012-2016 yang dipilih menjadi objek dalam penelitian ini dapat dilihat secara lebih jelas dalam tabel :

**Tabel III-3**  
**Sampel Perusahaan Advertising, Printing dan Media yang terdaftar di BEI**

<b>NO</b>	<b>Kode Emiten</b>	<b>Nama Perusahaan</b>
1	ABBA	Mahaka Media Tbk
2	EMTK	Elang Mahkota Teknologi Tbk
3	FORU	Fortune Indonesia Tbk
4	JTPE	Jasuindo Tiga Perkasa Tbk
5	KBLV	First Media Tbk
6	MNCN	Media Nusantara Citra Tbk
7	MSKY	MNC Sky Vision Tbk
8	SCMA	Surya Citra Media Tbk
9	VIVA	Visi Media Asia Tbk

Sumber : BEI 2017 (diolah kembali)

## **E. Sumber dan Jenis Data**

### **1. Sumber Data**

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan data dari Bursa Efek Indonesia dengan mengakses situs [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) tahun 2017.

### **2. Jenis Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif merupakan data berbentuk angka – angka berupa laporan keuangan yaitu dengan

cara mempelajari, mengamati, dan menganalisis dokumen – dokumen yang berhubungan dengan objek penelitian.

#### **F. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik dokumentasi. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang bersumber dari data sekunder. Sumber data yang digunakan adalah sumber data sekunder yang diperoleh dengan mengambil data-data yang dipublikasikan oleh Bursa Efek Indonesia (BEI) dari situs resminya, yaitu laporan keuangan perusahaan Advertising, Printing dan Media yang termasuk perusahaan penghasil bahan baku.

#### **G. Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif, yakni menguji dan menganalisis data dengan perhitungan angka-angka dan kemudian menarik kesimpulan dari pengujian tersebut, statistik yang digunakan adalah sebagai berikut:

##### **1. Regresi Berganda**

Metode statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah regresi berganda (*multiple regression*), hal ini sesuai dengan rumusan masalah, tujuan dan hipotesis penelitian ini. Metode regresi berganda menghubungkan satu variabel dependen dengan beberapa variabel independen dalam satu model prediktif tunggal. Regresi berganda digunakan dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana variabel dependen (kriterium) dipengaruhi variabel bila variabel independen sebagai faktor predictor dimanipulasi (dinaik turunkan

nilainya). Berikut rumus yang akan digunakan dalam menghilangkan persamaan regresi berganda.

$$Y = a + B_1X_1 + B_2X_2$$

Dimana

- Y = Struktur Modal
- a = Harga Y bila  $X_1, X_2, X_3 = 0$
- $X_1$  = Struktur Aktiva
- $X_2$  = Pertumbuhan Penjualan
- $X_3$  = Profitabilitas

Sumber Sugiyono (2012, hal 192)

Secara statistik ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir aktual dapat diukur dari nilai statistik t, nilai statistik F serta koefisien determinasinya. Suatu perhitungan statistik tersebut disebut signifikan secara statistik apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah kritis (daerah dimana  $H_0$  ditolak). Sebaliknya disebut tidak signifikan bila nilai uji statistiknya berada dalam daerah dimana  $H_0$  diterima.

Agar regresi berganda dapat digunakan, maka terdapat kriteria-kriteria dalam asumsi klasik, yakni:

**a. Uji Asumsi Klasik**

**a) Uji Normalitas**

“Untuk mengetahui tidak normal atau apakah didalam model regresi, variabel X1, X2 dan variabel Y atau ketiganya berdistribusi normal maka digunakan uji normalitas”. Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan:

1) Uji Normal *P-Plot of Regression Standardized Residual*

Uji ini dapat digunakan untuk melihat model regresi normal atau tidaknya dengan syarat. Yaitu apabila data mengikuti garis diagonal dan menyebar disekitar garis diagonal tersebut.

- a. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. Jika data menyebar jauh dari diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

2) Uji Kolmogrov Smirnov

Uji ini bertujuan agar dalam penelitian ini dapat mengetahui berdistribusi normal atau tidaknya antara variabel independen dengan variabel dependen ataupun keduanya.

Ho : Data residual berdistribusi normal

Ha : Data residual tidak berdistribusi normal

**b) Uji Multikolinearitas**

Uji ini digunakan untuk menemukan apakah terdapat korelasi yang tinggi diantara variabel bebas dalam model regresi linier. Uji multikolinearitas juga terdapat beberapa ketentuan, yaitu jika nilai *tolerance and value inflation factor* (VIF) hasil regresi lebih besar dari 10 maka dapat dipastikan ada multikolinearitas diantara variabelindependen tersebut.

**c) Uji Heteroskedastisitas**

Uji ini digunakan agar mengetahui adanya ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan lain dalam sebuah model regresi. Bentuk pengujian yang digunakan dengan metode informasi atau metode grafik *scatterplot*. Dasar analisis:

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada memebentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka akan mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

**d) Uji Autokorelasi**

Menurut Juliandi Azuar, dkk (2015, hal. 163), Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi linear ada kolerasi antara kesalahan pengganggu pada periode ke t dengan kesalahan pada periode t-1 (sebelumnya). Jika terjadi kolerasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi.

Model regresi yang baik adalah bebas dari autokorelasi. Salah satu cara mengidentifikasinya adalah dengan melihat nilai Durbin Watson (D-W) :

- 1) Jika nilai D-W dibawah -2 berarti ada autokorelasi positif.
- 2) Jika nilai D-W diantara -2 sampai +2 berarti tidak ada autokorelasi.
- 3) Jika nilai D-W diatas +2 berarti ada autokorelasi negatif.

## 2. Pengujian Hipotesis

### a. Uji t

Uji t dipergunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui kemampuan dari masing-masing variabel dalam mempengaruhi variabel dependen. Alasan lain uji t dilakukan yaitu untuk menguji apakah variabel-variabel bebas (X) secara individual terdapat hubungan yang parsial atau tidak terhadap variabel terikat (Y). Rumus yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut. Kalkulasi perhitungan Uji t menurut Sugiyono (2012, hal.184) dalam Ritonga (2014) yaitu:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r}}$$

Keterangan :

t = Nilai t hitung

r = Koefisien Kolerasi

n = Banyaknya Pasangan Rank

#### 1) Bentuk Pengujian

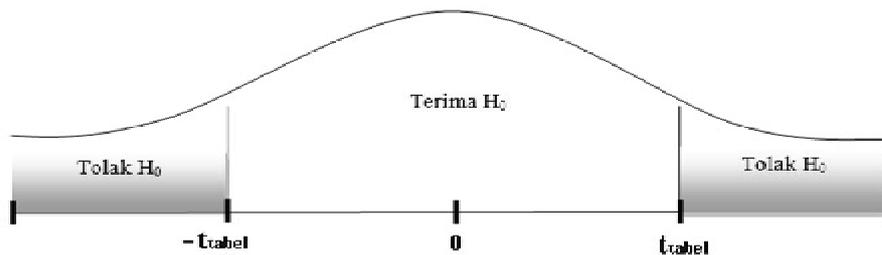
Ho :  $r_s = 0$ , tidak ada pengaruh antara Struktur Aktiva, *Growth Sales*, dan *Gross Profit Margin* secara bersama-sama terhadap *Debt to Equity Ratio*.

$H_0 : r_s \neq 0$ , ada pengaruh antara Struktur Aktiva, *Growth Sales*, dan *Gross Profit Margin* secara bersama-sama terhadap *Debt to Equity Ratio*.

2) Kriteria Pengambilan Keputusan

$H_0$  diterima jika :  $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$ ,  $df = n - 2$

$H_0$  ditolak jika :  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $-t_{hitung} < -t_{tabel}$



Gambar III-1 Kriteria Pengujian Hipotesis Uji t

**b. Uji F**

Untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan atau pengaruh antara variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen digunakan uji F. Hipotesis yang menyatakan ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen dapat diketahui dengan menggunakan uji F, dengan rumus sebagai berikut(Sugiyono, 2010,hal. 257):

$$F_h = \frac{\frac{R^2}{K}}{(1 - R^2)(n - k - 1)}$$

Keterangan:

$F_h$ = nilai f hitung

$R^2$ = koefisien korelasi berganda

$K$  = jumlah variabel independen

$N$  = jumlah anggota sampel

Keterangan pengujian hipotesis :

Bila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dan  $-F_{hitung} < -F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak karena adanya kolerasi yang signifikan antara variabel  $X_1$  dan  $X_2$  terhadap  $Y$ .

Bila  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$  dan  $-F_{hitung} \geq -F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima karena tidak adanya kolerasi yang signifikan antara variabel  $X_1$  dan  $X_2$  terhadap  $Y$ .

Taraf signifikan yang digunakan adalah 5% uji dua pihak dan  $dk = n - k - 1$ .

1) Bentuk pengujian

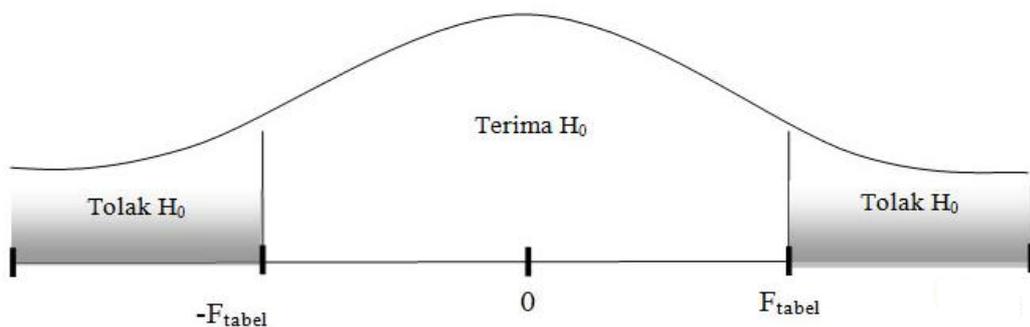
$H_0 : \mu = 0$ , tidak ada pengaruh antara Struktur Aktiva, *Growth Sales*, dan *Gross Profit Margin* secara bersama-sama terhadap *Debt to Equity Ratio*.

$H_a : \mu \neq 0$ , ada pengaruh antara Struktur Aktiva, *Growth Sales*, dan *Gross Profit Margin* secara bersama-sama terhadap *Debt to Equity Ratio*.

2) Kriteria Pengambilan Keputusan

Tolak  $H_0$  apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $-F_{hitung} < -F_{tabel}$

Terima  $H_0$  apabila  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$  atau  $-F_{hitung} \geq -F_{tabel}$



Gambar III-2 Kriteria Pengujian Hipotesis Uji F

**c. Koefisien Determinasi (R-Square)**

Untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat digunakan koefisien determinasi, yaitu dengan mengkuadratkan koefisien yang ditemukan, yaitu dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$D = R^2 \times 100 \%$$

Dimana:

D = Determinasi

R = Nilai kolerasi Berganda

100% = Persentase

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Hasil Penelitian**

##### **1. Deskripsi Data**

Obejek penelitian yang digunakan aalah perusahaan Sektor Advertising, Printing dan Media yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2012 – 2016, penelitian ini melihat apakah *Return On Equity*, *Sales Growth* dan *Gross Profit Margin* berpengaruh terhadap *Debt to Equity Ratio*.

##### **a. *Debt to Equity Ratio***

Variabel terikat (Y) yang digunakan dalam penelitian ini adalah struktur modal yaitu *Debt to Equity Ratio* menggambarkan perbandingan antara jumlah ekuitas perusahaan dengan jumlah hutang perusahaan untuk mengetahui seberapa jumlah hutang yang digunakan untuk modal perusahaan. Dari hasil pengukuran, apabila rasio yang tinggi artinya pendanaan perusahaan yang berasal dari hutang semakin banyak, maka akan menyulitkan bagi perusahaan untuk memperoleh tambahan pinjaman karena dapat menimbulkan kekhawatiran perusahaan tidak mampu menutupi hutang – hutangnya dengan modal yang dimilikinya. Demikian pula dengan sebaliknya apabila rasio yang dimiliki rendah maka semakin kecil perusahaan dibiayai oleh hutang.

Berikut ini adalah tabel hasil perhitungan *Debt to Equity Ratio* pada Perusahaan Sektor Advertising, Printing dan Media yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2012 – 2016.

**Tabel IV-1**  
***Debt to Equity Ratio* Sektor Advertising, Printing dan Media yang terdaftar di BEI**  
**Tahun 2012-2016**

NO	PERUSAHAAN	<i>Debt To Equity Ratio</i>					RATA-RATA
		2012	2013	2014	2015	2016	
1	ABBA	2,25	1,63	1,56	2,04	1,69	1,83
2	EMTK	0,29	0,37	0,22	0,14	0,29	0,26
3	FORU	1,05	0,98	0,98	1,12	1,03	1,03
4	JTPE	1,16	1,38	1,31	1,53	0,90	1,26
5	KLBV	0,78	1,15	0,38	0,62	0,77	0,74
6	MNCN	0,23	0,24	0,45	0,51	0,50	0,39
7	MSKY	1,18	2,40	2,69	3,73	3,21	2,64
8	SCMA	0,32	0,44	0,36	0,34	0,30	0,35
9	VIVA	0,78	1,54	1,31	1,88	1,61	1,42
JUMLAH		8,04	10,13	9,26	11,91	10,30	9,93

RATA-RATA	0,89	1,13	1,03	1,32	1,14	1,10
-----------	------	------	------	------	------	------

Sumber: BEI 2017(diolah kembali)

Berdasarkan data di atas dapat dilihat bahwa rata-rata *Debt to Equity Ratio* pada perusahaan sektor Advertising, Printing dan Media mengalami fluktuasi pada setiap tahunnya. Pada tahun 2012 rata-rata *Debt to Equity Ratio* sebesar 0,89 hal ini terjadi karna Total Modal yang masih tinggi dibandingkan Total Hutang perusahaan, pada tahun 2013 mengalami peningkatan dikarenakan Total Hutang mengalami peningkatan selisih peningkatan dari tahun sebelumnya menjadi 1,13 , pada tahun 2014 mengalami peningkatan kembali menjadi 1,03 yang dikarenakan Total Modal meningkat, pada tahun 2015 mengalami peningkatan menjadi 1,32 yang dikarenakan Total Hutang meningkat dan pada tahun 2016 mengalami penurunan kembali menjadi 1.14 yang dikarenakan kenaikan Total Modal perusahaan. Dengan rata-rata *Debt to Equity Ratio* sebesar 1.10.

Jika suatu perusahaan mempunyai *Debt to Equity Ratio* yang tinggi maka rata – rata semua kegiatan operasional dalam perusahaan dibiayai oleh hutang dibandingkan dengan modal perusahaan itu sendiri. Maka semakin besar pula rasio yang akan dihadapi oleh perusahaan, yang mengakibatkan investor akan meminta tingkat keuntungan yang tinggi dan sebaliknya jika sebuah perusahaan mempunyai *Debt to Equity Ratio* yang rendah menandakan bahwa perusahaan mendapatkan pendanaan dari hutang yang kecil. Jika *Debt to Equity Ratio* tetap rendah menunjukkan kurang optimalnya struktur modal yang dimiliki oleh perusahaan karena tidak mampu memanfaatkan modal yang dimiliki perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Maka daripada itu perlu adanya perimbangan

antara Total Hutang dengan Total Modal agar dapat mengurangi resiko yang ada di perusahaan.

**a. Return On Equity**

Variabel bebas (X1) yang digunakan dalam penelitian ini adalah rasio Profitabilitas yaitu *Return On Equity* yang menunjukkan kemampuan perusahaan untuk mengukur tingkat pengukuran laba. Semakin besar rasio ini Profitabilitas maka perusahaan semakin baik.

Berikut ini tabel perhitungan *Return On Equity* pada Perusahaan Sektor Advertising, Printing dan Media yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2012 – 2016.

**Tabel IV-2**  
**Return On Equity Perusahaan Sektor Advertising, Printing dan Media yang terdaftar di BEI Tahun 2012-2016**

NO	PERUSAHAAN	Return On Equity					RATA-RATA
		2012	2013	2014	2015	2016	
1	ABBA	0,03	0,19	0,04	-0,32	-0,17	-0,05
2	EMTK	0,13	0,15	0,09	0,16	0,04	0,11
3	FORU	0,10	0,08	0,03	0,03	-0,05	0,04
4	JTPE	0,21	0,17	0,19	0,19	0,41	0,23
5	KLBV	0,00	0,01	0,85	-0,15	-0,21	0,10
6	MNCN	0,24	0,23	0,20	0,13	0,16	0,19
7	MSKY	0,04	-0,28	-0,10	-0,15	-0,17	-0,13
8	SCMA	0,42	0,46	0,42	0,45	0,41	0,43

9	VIVA	0,04	0,05	0,06	-0,22	0,18	0,02
JUMLAH		1,21	1,06	1,78	0,12	0,60	0,95
RATA-RATA		0,13	0,12	0,20	0,01	0,07	0,11

Berdasarkan data di atas dapat dilihat bahwa rata-rata *Return On Equity* pada perusahaan sektor Advertising, Printing dan Media mengalami fluktuasi pada setiap tahunnya. Pada tahun 2012 rata-rata *Return On Equity* sebesar 0,13 pada tahun 2013 mengalami penurunan 0,13 menjadi 0,12 yang diakibatkan penjualan mengalami penurunan, pada tahun 2014 mengalami peningkatan menjadi 0,20 yang dikarenakan peningkatan laba bersih yang diterima perusahaan sedangkan pada tahun 2015 mengalami penurunan yang sangat signifikan dengan persentase penurunan 0,20 yang menjadi menjadi 0,01 dan pada tahun 2016 mengalami peningkatan yang sedikit yaitu 0,06 menjadi 0,07. Dengan rata-rata *Return On Equity* sebesar 0,11.

Jika *Return On Equity* perusahaan mengalami peningkatan, artinya penjualan mengalami peningkatan, apabila penjualan perusahaan mengalami peningkatan maka perusahaan dapat meningkatkan laba bersih. Sehingga menunjukkan perusahaan efisien dalam memanfaatkan laba bersih yang ada dalam kegiatan oprarional perusahaan, kondisi kurang baik bagi jika perusahaan akan mengalami kekurangan penjualan yang akan mengakibatkan berkurangnya laba bersih.

#### **b. Sales Growth**

Variabel bebas (X2) yang digunakan dalam penelitian ini adalah pertumbuhan penjualan (*Sales Growth*), Pertumbuhan Penjualan menggambarkan

suatu peningkatan atau suatu penurunan jumlah Penjualan dari periode tahun ke periode tahun.

Dengan mengetahui penjualan dari periode tahun sebelumnya maka perusahaan itu dapat mengoptimalkan sumber daya yang ada yang dimiliki perusahaan. Kenaikan Penjualan menunjukkan tingkat persentase penjualan dibandingkan tahunpenjualan sebelumnya. Semakin tinggi persentase penjualan yang diperoleh Perusahaan maka akan semakin baik pula perusahaan tersebut. Pertumbuhan Penjualan yang mengalami peningkatan terus menerus mencerminkan bahwa perusahaan tersebut memiliki keuntungan dalam perusahaan meningkat.

Berikut ini tabel hasil penjualan *Sales Growth* pada Perusahaan Sektor Advertising, Printing dan Media yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2012 – 2016.

**Tabel IV-3**  
***Sales Growth* Perusahaan Sektor Advertising, Printing dan Media yang terdaftar di BEI Tahun 2012-2016**

NO	PERUSAHAAN	<i>Sales Growth</i>					RATA-RATA
		2012	2013	2014	2015	2016	
1	ABBA	0,07	0,02	0,18	-0,09	0,00	0,04
2	EMTK	0,13	0,24	0,13	-0,01	0,15	0,13
3	FORU	-0,05	-0,15	-0,01	0,07	-0,18	-0,06
4	JTPE	-0,17	0,24	0,40	0,18	0,13	0,16
5	KLVB	0,27	0,33	0,16	-0,48	0,23	0,10
6	MNCN	0,16	0,04	0,02	-0,05	0,05	0,04
7	MSKY	0,38	0,26	0,09	-0,01	-0,07	0,13

8	SCMA	-0,03	0,65	0,10	0,04	0,07	0,17
9	VIVA	0,25	0,35	0,35	-0,06	0,27	0,23
JUMLAH		1,01	1,98	1,42	-0,41	0,65	0,93
RATA-RATA		0,11	0,22	0,16	-0,05	0,07	0,10

Sumber: BEI 2017(diolah kembali)

Berdasarkan data di atas dapat dilihat bahwa rata-rata *Sales Growth* pada perusahaan sektor Advertising, Printing dan Media mengalami fluktuasi pada setiap tahunnya. Pada tahun 2012 rata-rata *Sales Growth* sebesar 0,11 pada tahun 2013 mengalami peningkatan menjadi 0,22 hal ini dikarenakan Total Penjualan mengalami peningkatan dan pada tahun 2014 mengalami penurunan yang sangat menjadi 0,16 yang di akibatkan Total Penjualan yang mengalami penurunan sedangkan pada tahun 2015 mengalami penurunan yang sangat signifikan yaitu menjadi menjadi -0,05 pada tahun 2016 mengalami peningkatan kembali yang sangat besar dari pada tahun sebelumnya yaitu menjadi menjadi 0,07. Dengan rata-rata *Sales Growth* sebesar 0,10.

Maka dapat diketahui bahwa *Sales Growth* mengalami fluktuasi setiap tahunnya perusahaan harus dapat mengoptimalkan sebaik mungkin sumber daya yang ada untuk menaikkan tingkat penjualan karena kenaikan tingkat penjualan.

## **B. Analisis Data**

### **1. Uji Asumsi Klasik**

Uji Asumsi Klasik dilakukan agar memperoleh sebuah analisis yang valid. Sebelum melakukan Analisis Regresi Linier Berganda, agar didapatkan asumsi yang efisien dan tidak biasa maka perlu adanya pengujian Asumsi Klasik, pengujian ini dimaksudkan untuk melihat ada apa tidaknya penyimpangan Asumsi Klasik pada Regresi Linier Berganda. Ada beberapa kriteria persyaratan

yang ada di Asumsi Klasik yang harus dipenuhi untuk bias menggunakan metode Regresi Linier Berganda yaitu :

**a. Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan melihat apakah regresi, variabel dependen dan variabel independen keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model Regresi ini akan baik jika memiliki disribusi data normal atau mendekati normal.

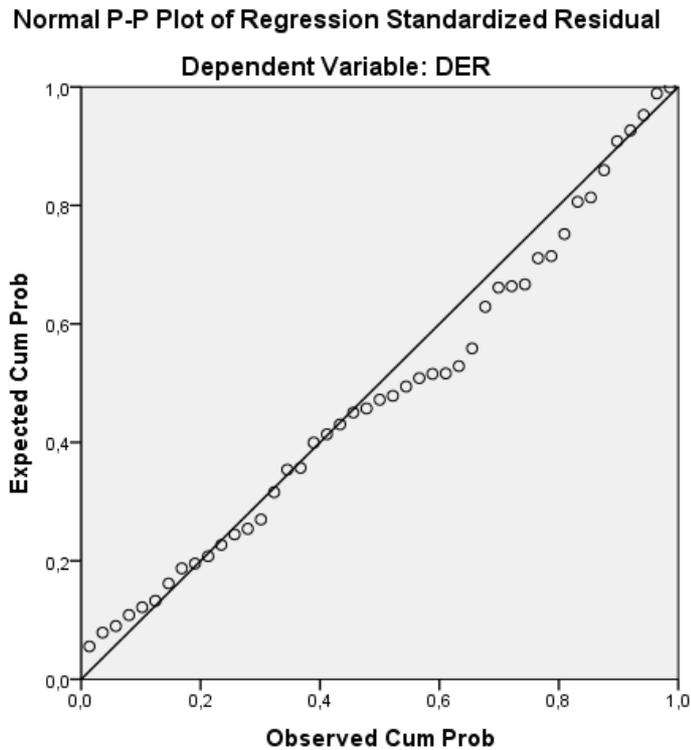
Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan :

a) Uji Normal P-P *Plot of Regression Standardized Residual*

Uji ini dapat melihat apakah Model Regresi normal atau tidaknya dengan syarat yaitu apabila data mengikuti garis diagonal dan menyebar disekitar garis diagonal tersebut.

- 1) Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histrograf nya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi klasik.
- 2) Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau drafik histrografnya tidak tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

**Gambar IV-1**  
**Grafik Normal P-Plot**



**Sumber: Hasil Program SPSS 24 (2017)**

Pada gambar IV-1 diatas diketahui hasil dari pengujian normalitas bahwa data menyebar di sekitar diagram dan hasil titik – titiknya mendekati garis diagonal sehingga dapat disimpulkan bahwa model Regresi berdistribusi normal dan layak untuk dianalisi.

1) Uji Kolmogorov Smirnov

Uji ini bertujuan agar dalam penelitian ini dapat mengetahui berdistribusi normal atau tidaknya antara variabel Independen dengan variabel dependen atau keduanya, dengan kriteria :

- a) Bila nilai signifikan  $<0,05$ , berarti data berdistribusi tidak normal.
- b) Bila nilai signifikan  $>0,05$ , berarti data berdistribusi normal.

**Tabel IV-5**  
**Kolmogorov Smirnov**

### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		ROE	SG	DER
N		45	45	45
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,1061	,1065	1,1030
	Std. Deviation	,22411	,19590	,82841
Most Extreme Differences	Absolute	,129	,070	,122
	Positive	,129	,066	,117
	Negative	-,103	-,070	-,122
Test Statistic		,129	,070	,122
Asymp. Sig. (2-tailed)		,060 <sup>c</sup>	,200 <sup>c,d</sup>	,092 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

**Sumber: Hasil Program SPSS 24 (2017)**

Berdasarkan tabel IV-5 diatas dapat diketahui bahwa Kolmogrov Smirnov variabel *Return On Equity* dengan nilai sig 0,060 *Sales Growth* dengan nilai sig 0,200 dan nilai sig dari *Debt Equity Ratio* 0,92 telah berdistribusi secara normal krena dari masing – masing variabel memiliki profitabilitas lebih dari 0,05.

#### **b. Uji Multikolinearitas**

Uji Multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi ditemukan adanya kolerasi yang tinggi diantaranya variabel bebas, dengan ketentuan :

- 1) Bila *Tolerance* < 0,1 atau sama dengan *VIF* > 10 maka terdapat masalah pada Multikolinearitas yang serius.
- 2) Bila *Tolerance* > 0,1 atau sama dengan *VIF* > 10 makatidak terdapat masalah pada Multikolinearitas.

**Tabel IV-6**  
**Uji Multiklinearitas**

**Coefficients<sup>a</sup>**

---

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	ROE	0,946	1,057
	SG	0,946	1,057

a. Dependent Variable: DER

**Sumber: Hasil Program SPSS 24 (2017)**

Berdasarkan data Tabel IV-6 di atas dapat diketahui bahwa nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) untuk variabel *Return On Equity* (X1) sebesar 1,057, variabel *Sales Growth* (X2) sebesar 1,057. Dari masing – masing variabel independen tidak memiliki nilai yang lebih besar dari nilai 10.

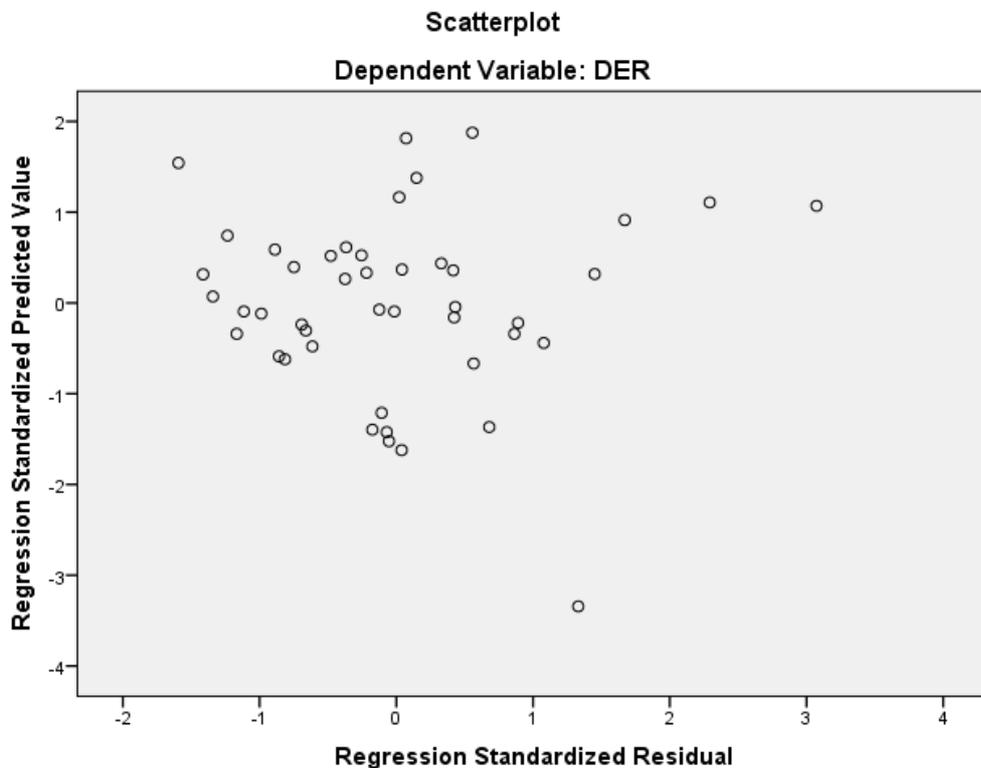
Demikian juga nilai *Tolerance* pada variabel *Return On Equity* (X1) sebesar 0,946 , variabel *Sales Growth* (X2) 0,946. Dari masing – masing variabel *Tolerance* lebih besar dari 0,1 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala dari Multikolinearitas antara variabel independen yang di indikasikan dari nilai *Tolerance* setiap variabel independen lebih besar daripada 0,1 dan nilai *Variance Inflation Factor* lebih kecil dari 10.

### c. Uji Heterokedastisitas

Uji Heterokedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidak samaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Untuk mengetahui apakah terjadi atau tidaknya Heterokedastisitas dalam model regresi penelitian ini, analisis yang digunakan adalah dengan model informal. Metode informal dalam pengujian Heterokedastisitas yakni metode grafik dan metode *Scatterplot*. Dasar analisis yaitu sebagai berikut :

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik- titik membentuk suatu pola yang teratur maka telah terjadi Heterokedastisitas.
- 2) Jika tidak adanya pola yang jelas aserta titik – titik menyebar tidak teratur, maka tidak terjadi Heterokedastitas.

**Gambar IV-2**  
**Uji Heteokendastitas**



**Sumber: Hasil Program SPSS 24 (2017)**

Bentuk gambar IV-2 diatas, dapat dilihat bahwa pembayaran residual adalah tidak teratur dan tidak membentuk pola. Hal tersebut dapat dilihat pada titik – titik atau plot yang menyebar. Kesimpulan yang bias diambil adalah bahwa tidak terjadi Heterokedastisitas.

**d. Autokorelasi**

Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode ke t dengan kesalahan pada periode ke t-1. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada masalah Autokorelasi. Model regresi yang baik adalah bebas dari Autokorelasi. Salah satu cara mengidentifikasinya dengan cara melihat nilai *Durbin Watson* (D-W) :

- 1) Jika nilai D-W dibawah -2 berarti ada Autokorelasi positif
- 2) Jika nilai D-W diantara -2 sampai +2 berarti tidak ada Autokorelasi
- 3) Jika nilai D-W diatas +2 berarti ada Autokorelasi yang negative

**Tabel IV-7**  
**Uji Autokorelasi**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	,590 <sup>a</sup>	,348	,317	,68475	,348	11,199	2	42	,000	2,349

a. Predictors: (Constant), SG, ROE

b. Dependent Variable: DER

**Sumber: Hasil Program SPSS 24 (2017)**

Dari tabel diatas bahwa nilai *Durbin Watson* adalah sebesar 1,882. Dengan demikian tidak adanya Autokorelasi didalam model regresi karena *Durbin Watson* berada diantara -2 sampai +2.

## 2. Regresi Linier Berganda

Model regresi linier berganda yang digunakan adalah *Debt to Equity Ratio* sebagai variabel dependen dan *Return On Equity* dan *Sales Growth* sebagai variabel independen. Dimana analisis berganda berguna untuk mengetahui pengaruh dari masing – masing variabel dependen terhadap variabel independen.

**Tabel IV-8**  
**Hasil Uji Linear Berganda**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,301	,122		10,643	,000
	ROE	-2,232	,473	-,604	-4,714	,000
	SG	,369	,542	,087	,681	,500

a. Dependent Variable: DER

**Sumber: Hasil Program SPSS 24 (2017)**

Dari tabel IV-8 yang diatas diketahui nilai – nilai sebagai berikut :

- a. Konstanta = 1,301
- b. *Return On Equity* = -2,232
- c. *Sales Growth* = 0,369

Hasil tersebut masuk kedalam persamaan regresi linear berganda sehingga diketahui persamaan berikut adalah :

$$Y = 1,301 + (-2,232) + (0,369)$$

Keterangan :

- a. Konstanta sebesar 1,301 menunjukkn bahwa apabila nilai variabel independen dianggap konstan maka *Debt to Equity Ratio* pada perusahaan Advertising, Printing dan Media yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada Priode 2012 – 2016 sebesar 0,704.
- b. Koefisien regresi *Return On Equity* -2,232 dengan arah hubungannya negatif menunjukkan bahwa setiap kenaikan *Return On Equity* maka akan diikuti oleh penurunan *Debt to Equity Ratio*.

- c. Koefisien regresi *Sales Growth* 0,369 dengan arah hubungannya positif menunjukkan bahwa setiap kenaikan *Sales Growth* maka akan diikuti oleh kenaikan *Debt to Equity Ratio*.

### C. Pengujian Hipotesis

#### 1. Uji t

Uji t dilakukan untuk melihat apakah ada pengaruh secara parsial antara variabel bebas dengan variabel terikat. Untuk kriteria uji t dilakukan pada tingkat  $\alpha = 0,05$  dengan nilai t untuk  $n = 45 - 3 = 42$  adalah 2,018. dengan demikian  $t_{tabel}$  ini digunakan sebagai kriteria penarikan kesimpulan.

**Tabel IV-9**  
**Hasil Uji t**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,301	,122		10,643	,000
	ROE	-2,232	,473	-,604	-4,714	,000
	SG	,369	,542	,087	,681	,500

a. Dependent Variable: DER

Sumber: Hasil Program SPSS 24 (2017)

#### a) Pengaruh *Return On Equity* terhadap *Debt to Equity Ratio*

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah *Return On Equity* berpengaruh secara individual (persial) mempunyai hubungan yang signifikan atau tidak terhadap *Debt to Equity Ratio*. Dari pengolahan data dengan menggunakan SPSS versi 24.00, maka dapat diperoleh hasil uji t sebagai berikut :

$$t_{hitung} = -4,714$$

$$t_{\text{tabel}} = 2,018$$

Kriteria pengambilan keputusan berdasarkan  $t_{\text{tabel}}$  dan  $t_{\text{hitung}}$  :

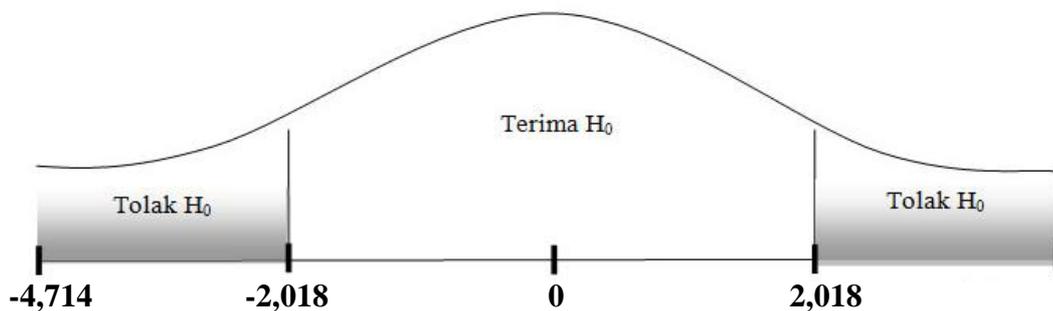
$H_0$  diterima jika :  $-2,018 < 2,018$  pada  $\alpha = 5\%$

$H_a$  ditolak jika :  $t_{\text{hitung}} > 2,018$  atau  $-t_{\text{hitung}} < -2,018$

Kriteria pengambilan keputusan berdasarkan probabilitasnya :

$H_0$  diterima jika :  $0,000 \leq 0,05$ , pada taraf signifikansi  $\alpha = 5\%$  (sig.  $\alpha \leq 0,05$ )

$H_a$  ditolak jika :  $0,000 \geq 0,05$



**Gambar IV-3 Kriteria Pengujian Hipotesis Uji t (Return On Equity)**

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial pengaruh antara *Return On Equity* terhadap *Debt to Equity Ratio* diperoleh  $-4,714 > -2,018$  dengan nilai sig 0,000 (lebih kecil dari 0,05). Berdasarkan kriteria diatas,dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima ( $H_a$  ditolak). Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh signifikan antara *Return On Equity* terhadap *Debt to Equity Ratio* pada perusahaan sektor Advertising, Printing dan Media yang terdaftar di BEI periode 2012-2016.

**b) Pengaruh *Sales Growth* terhadap *Debt to Equity Ratio***

Dalam menguji pengaruh secara parsial *Sales Growth* terhadap *Debt to Equity Ratio* dalam penelitian ini menggunakan uji t. berdasarkan uji statistik dengan menggunakan uji t diperoleh hasil sebagai berikut :

$$t_{hitung} = 0,369$$

$$t_{tabel} = 2,018$$

Kriteria pengambilan keputusan berdasarkan  $t_{tabel}$  dan  $t_{hitung}$  :

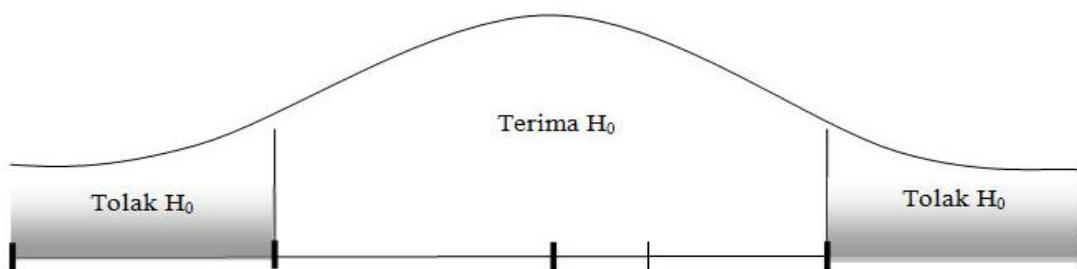
$H_0$  diterima jika :  $-2,018 < 2,018$  pada  $\alpha = 5\%$

$H_a$  ditolak jika :  $t_{hitung} > 2,018$  atau  $-t_{hitung} < -2,018$

Kriteria pengambilan keputusan berdasarkan probabilitasnya :

$H_0$  diterima jika :  $0.000 \leq 0,05$ , pada taraf signifikansi  $\alpha = 5\%$  (sig.  $\alpha \leq 0,05$ )

$H_a$  ditolak jika :  $0.000 \geq 0,05$



**-2,018                      0                      0,369                      2,018**

**Gambar IV-4 Kriteria Pengujian Hipotesis Uji t (*Sales Growth*)**

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial pengaruh antara *Sales Growth* terhadap *Debt to Equity Ratio* diperoleh  $0,369 < 2,018$  dengan nilai sig 0,500 (lebih besar dari 0,05). Berdasarkan kriteria diatas, dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima ( $H_a$  ditolak). Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial tidak berpengaruh signifikan antara *Sales Growth* terhadap *Debt to Equity Ratio* pada perusahaan sektor Advertising, Printing dan Media yang terdaftar di BEI periode 2011-2016.

## **2. Uji F**

Uji F digunakan untuk melihat apakah variabel bebas secara simultan memiliki pengaruh terhadap variabel terikat. Untuk menguji hipotesis statistik melalui uji F dilakukan pada tingkat  $\alpha = 5\%$  dan nilai  $F_{hitung}$  untuk  $n = 45$ .

Bentuk pengujian :

Kriteria pengambilan keputusan berdasarkan  $F_{tabel}$  dan  $F_{hitung}$  :

$H_0$  diterima jika nilai  $F_{hitung} : 3,23 < 3,23$  pada  $\alpha = 5\%$

$H_a$  ditolak jika :  $F_{hitung} > 3,23$  atau  $-F_{hitung} < -3,23$

Kriteria pengambilan keputusan berdasarkan probabilitasnya :

$H_0$  diterima jika :  $0,000 \leq 0,05$ , pada taraf signifikansi  $\alpha = 5\%$  (sig.  $\alpha \leq 0,05$ )

$H_a$  ditolak jika :  $0,000 \geq 0,05$

**Tabel IV-10**

## Hasil Uji F

### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	10,502	2	5,251	11,199	,000 <sup>b</sup>
	Residual	19,693	42	,469		
	Total	30,195	44			

a. Dependent Variable: DER

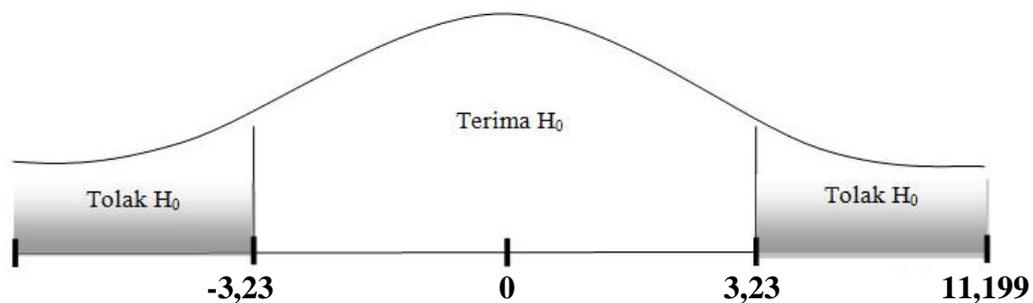
b. Predictors: (Constant), SG, ROE

**Sumber: Hasil Program SPSS 24 (2017)**

Bertujuan untuk menguji hipotesis diatas, maka dilakukan uji F pada tingkat  $\alpha = 5\%$ . Nilai  $F_{hitung}$  untuk  $n = 45$  adalah sebagai berikut :

$$F_{tabel} = n - k - 1 = 35 - 3 - 1 = 41 \text{ adalah sebesar } 3,23.$$

$$F_{hitung} = 11,199$$



**Gambar IV-6 Kriteria Pengujian hipotesis Uji F**

Berdasarkan hasil uji  $F_{hitung}$  pada tabel di atas. Nilai  $F_{hitung}$  sebesar 11,199 dengan tingkat signifikan sebesar  $(0,000 > 0,05)$  artinya  $H_0$  ditolak ( $H_a$  diterima). Jadi dapat disimpulkan bahwa *Return On Equity* dan *Sales Growth* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *Debt to Equity Ratio* pada perusahaan sektor Advertising Printing dan Media yang terdaftar di BEI periode 2012 – 2016.

### 3. Koefisien Determinasi (R-Square)

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) berfungsi untuk melihat sejauh mana keseluruhan variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi semakin kuat, yang berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Sedangkan nilai koefisien determinan (adjusted  $R^2$ ) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen adalah terbatas.

**Tabel IV-11**  
**Uji Koefisien Determinasi**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	,590 <sup>a</sup>	,348	,317	,68475	,348	11,199	2	42	,000	2,349

a. Predictors: (Constant), SG, ROE

b. Dependent Variable: DER

**Sumber: Hasil Program SPSS 24 (2017)**

Semakin tinggi nilai R-Square maka akan semakin baik bagi model regresi, karena berarti kemampuan variabel bebas untuk menjelaskan variabel terikatnya juga semakin besar. Nilai yang didapat melalui uji determinasi, yaitu sebagai berikut :

$$D = R^2 \times 100\%$$

$$= 0,317 \times 100\%$$

= 31,7%

Keterangan :

D = Determinasi.

R = Nilai Koefisien Ganda.

100% = Presentase Kontribusi.

Berdasarkan hasil koefisien determinasi pada tabel diatas, nilai R-Square diatas diketahui bernilai 31,7%. Artinya menunjukkan bahwa sekitar 35,4% variabel *Debt to Equity Ratio* yang dijelaskan oleh variabel *Return On Equity* dan *Sales Growth*. Dengan kata lain kontribusi *Return On Equity* dan *Sales Growth* dalam mempengaruhi *Debt to Equity Ratio* adalah sebesar 31,7%.

#### **4. Pembahasan**

Berdasarkan hasil analisis dalam penelitian yang dilakukan dengan menggunakan kesesuaian teori, pendapat maupun penelitian terdahulu yang telah dikemukakan sebelumnya, berikut ini merupakan pembahasan tentang beberapa temuan masalah dalam penelitian.

##### **1. Pengaruh antara *Return On Equity* terhadap *Debt to Equity Ratio***

Hasil penelitian yang diperoleh mengenai *Return On Equity* terhadap *Debt to Equity Ratio* pada perusahaan sektor Advertising, Printing dan Media yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2012 – 2016 memiliki hasil uji hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  untuk *Return On Equity* - 4,714 dan  $t_{tabel}$  -2,018. Dengan demikian  $t_{hitung}$  lebih kecil dari pada  $t_{tabel}$  ( $-4,714 < -$

2,018) dan dengan nilai signiikan 0,000 (lebih besar dari 0,05) artinya  $H_0$  diterima dan  $H_a$  diolak. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial ada pengaruh signifikan *Return On Equity* terhadap *Debt to Equity Ratio* pada perusahaan sektor Advertising, Printing dan Media yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2012 – 2016.

Menurut Sartono (2010, Hal. 122) rasio profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri. Dengan demikian bagi investor jangka panjang akan sangat berkepentingan dengan analisis profitabilitas misalkan bagi pemilik saham / atau pemegang saham akan melihat keuntungan yang benar – benar akan diterima dalam bentuk deviden.

Hal ini menunjukkan bahwa dengan bertambahnya hutang yang ada diperusahaan dapat mengakibatkan penjualan mengalami peningkatan akan tetapi laba yang dihasilkan perusahaan menurun dikarenakan kurangnya dari pengawasan dari perusahaan dalam proses menawarkan suatu jasa yang dimiliki perusahaan tersebut sehingga laba yang dihasilkan tidak maksimal. Dengan jumlah laba yang menurun perusahaan sulit meningkatkan struktur modal dari perusahaan tersebut.

## **2. Pengaruh antara *Sales Growth* terhadap *Debt to Equity Ratio***

Hasil penelitian *Sales Growth* terhadap *Debt to Equity Ratio* pada perusahaan sektor Advertising, Printing dan Media yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2012 – 2016. Hasil uji hipotesis secara parsial menunjukan bahwa nilai  $t_{hitung}$  0,369 dan  $t_{tabel}$  2,018. Dengan demikian  $t_{hitung}$  lebih kecil (0,369

< 2,018) dan nilai signifikan 0,500 (lebih besar dari 0,05) artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial tidak ada pengaruh yang *Sales Growth* terhadap *Debt to Equity Ratio* pada perusahaan Advertising, Printing dan Media yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2012 – 2016.

Menurut Sartono (2010, Hal. 248) Tingkat pertumbuhan penjualan yang relative stabil berarti memiliki aliran kas yang relative stabil pula, maka dapat menggunakan hutang lebih besar dari perusahaan dengan penjualan yang tidak stabil.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian Ni Made Novione Purnama Dewi Suweta (2015) menyatakan bahwa *Sales Growth* ada berpengaruh signifikan terhadap *Debt to Equity Ratio*.

Hal ini menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan perusahaan berjalan tidak stabil. Saat pertumbuhan penjualan meningkat dan menurun, beban bunga yang dimiliki perusahaan harus tetap dibayar. Dengan pertumbuhan penjualan yang tidak stabil perusahaan sulit untuk mendapatkan pinjaman. Karena perusahaan melakukan pinjaman atau hutang untuk meningkatkan struktur modalnya.

### **3. Pengaruh antara *Return On Equity* dan *Sales Growth* terhadap *Debt to Equity Ratio***

Hasil penelitian yang diperoleh mengenai pengaruh *Return On Equity* dan *Sales Growth* terhadap *Debt to Equity Ratio* pada perusahaan sektor Advertising,

Printing dan Media yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2012 – 2016. Dari uji F pada tabel IV-9 didapat bahwa nilai F

hitung sebesar 11,199 dengan nilai signifikan 0,000 (lebih kecil 0,05) artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  terima. Jadi dapat disimpulkan *Return On Equity* dan *Sales Growth* secara simultan ada berpengaruh signifikan terhadap *Debt to Equity Ratio* pada perusahaan sektor Advertising, Printing dan Media yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2012 – 2016.

Menurut Riyanto (2013, hal. 282) struktur modal merupakan perimbangan atau perbandingan antara jumlah hutang jangka panjang dengan modal sendiri. Resiko kegagalan dalam melunasi bunga dan pinjaman pokok dan stabilitas keuangan yang dimiliki perusahaan bergantung hanya pada sumber pendanaan yang dimiliki perusahaan serta jumlah dari asset yang dimiliki perusahaan. Sedangkan menurut Munawir (2014, Hal. 239) *Debt to Equity Ratio* adalah sebuah rasio dari total hutang dengan modal sendiri yang dijadikan jaminan hutang. Semakin tinggi tingkat rasio ini maka akan semakin baik pula perusahaan tersebut.

Semakin tinggi laba kotor yang didapatkan perusahaan dari setiap penjualannya maka akan meningkatkan kemampuan perusahaan dalam membayar hutang – hutang yang dimiliki perusahaan baik itu hutang jangka pendek ataupun hutang jangka panjang dan jumlah penjualan yang dilakukan jika semakin besar akan meningkatkan jumlah dari laba kotor yang diperoleh perusahaan. Maka daripada itu perusahaan dapat melakukan pinjaman kembali ke pada pihak – pihak lain untuk menambah struktur modal perusahaan tersebut.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya dapat diambil kesimpulan dari penelitian mengenai pengaruh *Return On Equity* dan *Sales Growth* terhadap *Debt to Equity Ratio* pada perusahaan sektor Advertising, Printing dan Media yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2012 – 2016, sebagai berikut :

1. Secara parsial menunjukkan bahwa *Return On Equity* ada pengaruh signifikan terhadap *Debt to Equity Ratio*. Hal ini menunjukkan peningkatan profitabilitas yang diikuti oleh peningkatan struktur modal perusahaan.
2. Secara parsial menunjukkan bahwa *Sales Growth* tidak ada pengaruh signifikan terhadap *Debt to Equity Ratio*. Hal ini dikarenakan setiap pertumbuhan penjualan tidak mengalami peningkatan yang diikuti dengan peningkatan struktur modal perusahaan.
3. Secara simultan bahwa *Return On Equity* dan *Sales Growth* adanya pengaruh signifikan terhadap *Debt to Equity Ratio*.

#### B. Saran

Berdasarkan kesimpulan, maka dalam hal ini penulis dapat menyarankan hal – hal sebagai berikut :

1. perusahaan lebih baik memperhatikan penjualan agar laba yang dihasilkan menjadi maksimal. Semakin tinggi laba yang diperoleh berarti semakin rendah kebutuhan dana pinjaman.
2. perusahaan harus mempertahankan dan meningkatkan produksi serta meningkatkan penjualan agar dapat membayar pinjaman atau hutang – hutang perusahaan guna meningkatkan struktur modal
3. Perusahaan terus harus mempertahankan dan terus mengevaluasi kinerja manajemen agar hal yang baik dalam perusahaan akan terus membaik. Namun bagi peneliti selanjutnya untuk meneruskan atau tidak dilanjutkan kajian faktor yang mempengaruhi Struktur Modal yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Fahmi Irham; *Pengantar Manajemen Keuangan (Teori & Soal Jawaban)*, Bandung; Penerbit Alfabeta; 2013
- Darsono dkk; *Pedoman Praktis Memahami Laporan Keuangan (Tips Bagi Investor, Direksi, dan Pemegang Saham)*; Yogyakarta; Penerbit Andi; 2010
- Harmono; *Manajemen Keuangan (Edisi 1)*; Jakarta; Bumi Aksara; 2015
- Jumingan; *Analisa Laporan Keuangan*; Jakarta; Bumi Aksara; 2014
- Azuar Juliandi dkk; *Metodologi Penelitian Bisnis dan Konsep dan Aplikasi*; Cetakan pertama. Medan; Umsu press; 2015
- Munawir; *Analisa Laporan Keuangan*; Yogyakarta; Liberty; 2014
- Kasmir; *Laporan Keuangan*; Jakarta; PT. Raja Gafindo Persada; 2012
- Yamsuddin dkk; *Manajemen Keuangan Perusahaan*; Jakarta; PT. Raja Garafindo Persada; 2013
- Riyanto; Bambang; *Dasar – Dasar Pembelanjaan Perusahaan*; Yogyakarta; BPFE; 2013
- Syafrida Hani; *Teknik Analisa Laporan Keuangan*; Jakarta In Media; 2014
- Sartono dkk; *Manajemen Keuangan Teori & Aplikasi (Edisi 4)*; Yogyakarta; BPFE; 2010
- Sugiyono; *Mentode Penelitian Kuantitatif dan R&D*; Bandung; Alfabeta; 2012
- Ni Made Novione Purnama Dewi Suweta dkk; Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Struktur Aktiva, Dan Petumbuhan Aktiva Terhadap Struktur Modal Pada Restaurant Pawitra Sari di Ubud periode 2011-2014; *E-Jurnal Manajemen Unud*; Vol. 5, No.8 2015
- Seftianne dkk; Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Struktur Modal Pada Perusahaan Public Sekto Manufaktur; *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*; Vol. 1, No.39 2013